



Turun yliopisto
University of Turku

YHTEISKUNTAVASTUU BJÖRN WAHLROOSIN PUHEESSA

Johtamisen ja organisoinnin
pro gradu -tutkielma

Laatija:
Antti-Jussi Vesa

Ohjaaja:
Professori Tomi Kallio

10.2.2018
Pori



Turun kauppakorkeakoulu • Turku School of Economics

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

The originality of this thesis has been checked in accordance with the University of Turku quality assurance system using the Turnitin OriginalityCheck service.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	5
1.1	Tutkimuksen tausta	5
1.2	Tutkimusongelma.....	11
1.3	Tutkimuksen rakenne	12
2	TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT	14
2.1	Retoriikka-analyysi	14
2.2	Retoriikan suhde valtaan	19
2.2.1	Miten valtaa voidaan tutkia?	20
2.2.2	Yhteiskunnallinen valta puheessa	23
3	KOMPLEKSINEN YHTEISKUNTAVASTUU	30
3.1	Yhteiskuntavastuun käsite.....	30
3.2	Yhteiskuntavastuusta argumentoiminen	32
3.3	Yhteiskuntavastuu lainsäädännössä Wahlroosin näkökulmasta	34
3.4	Yhteiskuntavastuu tieteellisessä keskustelussa	36
4	BJÖRN WAHLROOSIN RETORIikka	40
4.1	Henkilöbrändi ethoksen rakentajana	40
4.2	Reettori lohenpunaissä housuissa	41
4.3	Wahlroosin yhteiskunnallinen argumentaatio	46
4.3.1	Wahlroosin ajattelun taustapremissit	46
4.3.2	Vapaus rajoitteista hyvinvoinnin takaajana	48
4.3.3	Verotus ja tuloerot osana yhteiskunnan hyvinvointia	60
5	ANALYY SIN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	66
5.1	Analyysin tulokset.....	66
5.2	Tutkimustuloksia ja -menetelmiä koskevat johtopäätökset	70
5.3	Jatkotutkimuskysymykset	71
	LÄHTEET	73

KUVAT

Kuva 1. Björn Wahlroos vuonna 1969.....	44
---	----

Kuva 2. Wahlroos kirjojensa kansissa vuonna 2012 ja 2015.....	44
---	----

KUVIOT

Kuvio 1. Retoriikan osat	15
--------------------------------	----

Kuvio 2. Poliittisen järjestelmän panos–tuotosmalli.....	24
--	----

Kuvio 3. Habermasin rationaalisen tahdonmuodostuksen prosessimalli.....	26
---	----

Kuvio 4. Yhteiskuntavastuun toteuttamisen tasot.....	38
--	----

Kuvio 5. Henkilöbrändin rakentumisprosessi	40
--	----

TAULUKOT

Taulukko 1. Retorisen analyysin tasot	17
---	----

1 JOHDANTO

Liike-elämä on – joskus karvaastikin – opettanut, että määrätietoinen argumentaatio on yleensä tehokkaampaa kuin kohtelias. -Björn Wahlroos (2012, 11)

1.1 Tutkimuksen tausta

Björn Wahlroos on jo vuosia kuulunut suomalaisen liike-elämän näkyvimpiin henkilöihin. Liiketoimintansa lisäksi hänet tunnetaan ahkerana yhteiskunnallisena kommentaattorina, joka kutsutaan median eteen antamaan lausunto aina kun julkisessa keskustelussa on polemiikkia. Tämä on ymmärrettävää, kun tarkastellaan Wahlroosin taustaa; hän on toiminut kolmen eri yliopiston taloustieteen professorina Suomessa ja Yhdysvalloissa, sekä johtoasemissa kolmessa suomalaisessa pankissa ja sittemmin siirtynyt hallitusammattilaiseksi johtaen nykyisin Sammon, Nordean sekä UPM-Kymmenen hallituksia.

Wahlroosin ammatillisen menestyksen ja asiantuntijuuden lisäksi media on kiinnostunut hänen kommentistaan myös siksi, että niissä on särmää. Hänen argumentaationsa on suomalaisessa mittapuussa poikkeuksellisen suorasukaista, mikä luonnollisesti herättää huomiota julkisessa keskustelussa kasvattaen lehtien myyntiä ja uutisotsikoiden ”klikkauksia” verkossa. Toisaalta, kansa myös arvostaa Wahlroosia. Helsingin Sanomien kesällä 2017 julkaisemassa Talouden sankarit -juttusarjassa toimittajaraati ei nostanut Wahlroosia listalleen, mutta lukijoille teetetyssä kyselyssä hänet arvostettiin Suomen talouden suurimmaksi sankariksi (HS 29.7.2017). Raadin puheenjohtaja Tuomas Niskakangas kuvasi raadin näkemyksiä seuraavasti:

Wahlroosin ansiot jakoivat raadissa mielipiteitä – ihan niin kuin koko kansan parissa. Siinä mielessä hänessä oli paljon samaa kuin poliitikoissa, joita ei lopulta raadin listalle päätnyt pitkistä keskusteluista huolimatta. Jos kriteereinä olisivat olleet pelkästään vaikutusvalta, vaikuttavuus ja menestys, niin Wahlroos olisi ihan varmasti ollut listalla. (Ibid.)

Näyttäisi siis siltä, että Wahlroos oli raadille liian kiistanalainen henkilö, jotta hänet olisi ollut salonkikelpoista valita listalle. Kuvaavaa on, että Helsingin Sanomien uutistuottajana toimiva Niskakangas rinnastaa Wahlroosin poliitikkoihin ja korostaa hänen ominaisuuksiaan erityisesti vaikutusvallassa ja vaikuttavuudessa. Vaikka kysely oli epätieteellinen ja se perustui hyvin rajallisen vastaajajoukon (245 kpl) subjektiivisiin mielipiteisiin, kertoo se Wahlroosin asemasta niin media-ammattilaisten kuin kansan parissa.

Hän näyttäytyy ennen kaikkea vaikuttajana, jonka näkemykset ovat kärjekkäitä, mutta keräävät silti hyväksyntää osakseen.

Liike-elämässä Wahlroosia arvostetaan tuloksellisena johtajana ja näyttäisi siltä, että hänen noteeraamisensa on helpompaa talouselämään keskittyneissä piireissä. Kauppalehti Optio (2016) nosti hänet pari vuotta sitten sadan vaikutusvaltaisimman suomalaisen joukkoon seuraavan kuvauksen saattelemana:

Björn Wahlroos – Hallitusammattilainen ja provokaattori. Entinen taistolainen, josta kasvoi Suomen tunnetuin pankkiiri. Ruotsin kuninkaan Kaarle XVI Kustaan kaveri, jonka äkkiväaristä mielipiteistä toimittajat kirjoittavat mielellään klikkiotsikoita. Nosti pinkit housut ilmiöksi. (Ibid.)

Lisäksi hänet on toistuvasti nähty kärkisijoilla saman lehden vuosittain teettämässä johtajalistauksessa, jonka aktiivisista panelisteista suurin osa toimii johtavassa asemassa tai ylempänä toimihenkilönä (Kauppalehti Optio 17.8.2017). Lisäksi, vain pari viikkoa Helsingin Sanomien Talouden sankarit -kyselyn julkistamisen jälkeen Wahlroos kävi yhdessä ystävänsä, talousnobelisti Bengt Holmströmin kanssa pokkaamassa Keskuskauppakamarin ratastunnuksella varustetun ansiomerkin, joita on kaksikon lisäksi myönnetty vain kahdeksalle merkittävälle talouspolitiikan vaikuttajalle (STT 10.8.2017).

Kauppakamari ei myöntänyt Wahlroosille palkintoa suotta, sillä näkemyksiä talouspolitiikasta hänellä riittää. Wahlroosin näkemykset ovat koskeneet ennen kaikkea suomalaisen talouden ja yhteiskunnan tilaa. Vuonna 2008 alkaneen talouden yleisen taantumien jälkeen Wahlroos on puhunut julkisuudessa paljon Suomen kansantalouden rakenteista – joiden hän lähes poikkeuksetta näkee olevan suurten uudistusten tarpeessa – tarjoten omia ratkaisuvaihtoehtojaan reformien toteuttamiseksi. Hän on ottanut teoksisaan (Wahlroos 2012 ja 2015) kantaa muun muassa markkinoiden ja demokratian suhteeseen kritisoiden suorasanaisesti hyvinvointivaltiota ja demokraattisen päätöksentekojärjestelmän ongelmia, leimaten sen enemmistön tyranniaksi. Vuoden 2015 eduskuntavaalien alla julkaistussa kirjassaan hän puolestaan keskittyy kritisoimaan julkisen vallan markkinainterventioiden tehokkuutta puolustavaa keynesiläistä talouspolitiikkaa, joka usein nähdään myös hyvinvointivaltioille tyypillisenä talouspoliittisena ohjenuorana. Elvyttävän talouspolitiikan ohella hän nimittää ”torakan kaltaisiksi ajatuksiksi” myös muun muassa minimipalkkaa, transaktioveroja, maataloustukia sekä etuusperäisiä eläkeitä (Wahlroos 2015, 320).

Wahlroosin mielipiteet olisi helppo ohittaa leimaamalla ne utopistisiksi haihatteluiksi tai julkisuushakuisuudeksi, jos niiden vaikutusta yhteiskunnalliseen keskusteluun ei olisi niin haastavaa kiistää. Wahlroosin aktiivisuus huokuu aikamme henkeä, jossa elinkeinoelämässä profiloituneet henkilöt ottavat entistä näkyvämpää roolia yhteiskunnalli-

sessä päätöksenteossa ammattipoliitikoilta. Suomen valtioneuvostoa johtaa tällä hetkellä pitkän linjan yritysjohtaja Juha Sipilä ja liikenne- ja viestintäasioista vastaa yritysjohtajana ja hallitusammattilaisena uransa luonut Anne Berner. Wahlroos on varmasti osaltaan ollut luomassa pohjaa kehitykselle, jossa yritysmaailman ei katsota toimivan muusta yhteiskunnasta erillään olevassa tyhjiössä.

Yritysjohtajien voimistunut esiinmarssi yhteiskunnallisen keskustelun ja päätöksenteon keskiöön on omiaan nostamaan esille myös yritysten yhteiskuntavastuun merkitystä. Yritysjohtajilla pitäisi olla ensikäden tietoa siitä, millaisia odotuksia yhteiskunnasta yrityksiin kohdistuu, miten yritysten tulisi vastata niihin ja millaisessa laajuudessa yrityksen tulisi huomioida eri sidosryhmien vaatimukset yhteiskuntavastuusta.

Tällä hetkellä yhteiskuntavastuu on institutionalisoitu Suomen oikeusjärjestelmässä Euroopan unionin säätämän *direktiivin tietyntyyppisten yritysten vuositilinpäätöksistä, konsernitilinpäätöksistä ja niihin liittyvistä toimintakertomuksista* (EU 2013), jonka artikla 19 a: *Muita kuin taloudellisia tietoja koskeva selvitys* määrittää yritysten yhteiskuntavastuun osa-alueet seuraavasti:

Suurten yritysten, jotka ovat yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä ja jotka täyttävät tilinpäätöspäivinä kriteerin, jonka mukaan niiden työntekijämäärä tilikauden aikana on keskimäärin 500, on sisällytettävä toimintakertomukseen muita kuin taloudellisia tietoja koskeva selvitys, joka sisältää yrityksen kehityksen, tuloksen, aseman ja sen toiminnan aiheuttamien vaikutusten ymmärtämisen edellyttämässä laajuudessa tietoja vähintään ympäristöasioista, sosiaalisista ja työntekijöihin liittyvistä seikoista, ihmisoikeuksien kunnioittamisesta sekä korruption ja lahjonnan torjuntaan liittyvistä seikoista. (EU 2013, art. 19 a.)

Direktiivi siis määrittää yritysten yhteiskuntavastuun minimipuitteet, mutta jättää avoimeksi sen, mitä direktiivin sisältämät määreet lopulta tarkoittavat. Tämä jättää tulokinnanvaraa sille, mitä yhteiskuntavastuu käytännössä on ja millaisesta näkökulmasta sitä tulisi tarkastella. Oikeusnormin suhteellinen kehittymättömyys on omiaan antamaan tilaa puhetaidollisille valmiuksille päättäjien tahtotilaan vaikutettaessa, kuten antiikin Kreikan kansankokouksissa konsanaan (Haapanen 1996, 25). Koska kyseessä on direktiivi, EU:n jäsenvaltioilla on suuri vapaus sen implementoinnissa omassa lainsäädännössään. Siksi käsitteet tarkentuvat jokaisessa jäsenmaassa yhteiskunnallisen keskustelun kautta. Yhteiskunnallinen keskustelu luo siis käsitteille merkityksen, mikä tarkoittaa kansallisten ominaispiirteiden näkymistä vastuuraporteissa.

Vastuuraporttien kansallisten ominaispiirteiden vertailusta saisi kokonaan oman tutkimuksensa, mutta se ei ole tämän tutkimuksen intressi. Tavoitteena on ennemminkin selvittää suomalaisen talouselämän vaikuttajan käsityksiä yhteiskuntavastuusta ja hänen käyttämiään retorisia strategioita yhteiskuntavastuusta argumentoidessaan. Wahlroosin

kaltaisia yritysjohtajia, jotka näkyvät yhteiskunnallisessa keskustelussa vuodesta toiseen on Suomessa ja Pohjoismaissa vain kourallinen. Wahlroosin puheenvuorot saavat poikkeuksetta tilaa valtakunnallisissa medioissa ja siksi hänellä on suuri mahdollisuus vaikuttaa ensinnäkin siihen, mistä asioista julkisuudessa keskustellaan ja toiseksi, miten asioista keskustellaan. Sanotaan, että media toimii yhteiskunnallisen keskustelun portinvartijana, mutta Wahlroosilla on ollut kyseisen portin avaimet takataskussaan jo vuosien ajan; kun hän puhuu, media uutisoi.

Wahlroos on uransa aikana taitavasti käyttänyt asemaansa yhteiskunnallisen keskustelun avaamiseen. Hän on pystynyt vetoamaan akateemiseen taustaansa antaessaan toisinaan kiistanalaisiakin lausuntoja, kuten aikoinaan SYP:in varatoimitusjohtajana arvostellessaan vakaan markan politiikkaa (Pietiläinen ja tutkiva työryhmä 2013, 172–173). Hänen saamansa julkisuus ei kuitenkaan ole perustunut vain asemaan, vaan yhtälailla sanoman substanssiin, taitavaan mediahallintaan sekä disruptiiviseen retoriikkaan. Hänen statuksensa entisenä professorina sekä nykyisenä hallitusammattilaisena antaa hänelle kuitenkin eetoksellisen vapauden puhua suunsa puhtaaksi, sillä hänellä on korkean akateemisen viran asiantuntijakannukset ja vuosikymmenten kokemus yritysjohtamisesta, joita maallikon on vaikeaa haastaa. Toisaalta Wahlroosilla on myös riittävä etäisyys edustamiensa organisaatioiden operatiiviseen johtoon, jottei hänen lausuntojaan yhdistettäisi suoraan kyseisten organisaatioiden arvoihin. Tämä on tärkeä huomio siksi, että johdon sitoutumisen katsotaan monesti olevan tärkeä mittari sidosryhmien arvioidessa yritysten vastuuviestinnän uskottavuutta (Edelman 2007; Kuvaja & Malmelin 2008, 14). Wahlroos tähdentää yksityisen ajattelunsa pesäeroa hänen edustamiensa organisaatioiden arvoista myös tätä tutkimusta varten tehdyssä haastattelussa:

Se [vastauksen sisältö yhteiskuntavastuukysymyksiin liittyen] riippuu missä roolissa olen. Jos Ylen toimittaja tulee haastattelemaan minua esimerkiksi Sammon tuloksenjulkistamisen yhteydessä, niin pääsääntöisesti vastaan viran puolesta. Ja viran puolesta voin antaa vastauksen, joka voi olla jonkin verran toisenlainen kuin henkilökohtainen mielipiteeni, koska vastaan yhtiön puolesta. Jos konflikti on liian voimakas, sitä on mahdoton hanleerata. Ymmärrät varmaan asteron tässä. Jos sen sijaan Ylen toimittaja istuu tässä puhumassa kanssani yhteiskunnallisista näkemyksistäni, niin silloin tietenkin vastaan puhtaasti niihin perustuen. Mitä vanhemmaksi olen tullut, niin sitä tavallisempi tästä toisesta tilanteesta on tullut. (Haastattelu 13.1.2017.)

Wahlroos sanoo myös suoraan, että hänen teoksensa edustavat hänen henkilökohtaista ajatteluaan ja hän puhuu niissä *yksityishenkilönä* (Haastattelu 13.1.2017). Tutkimuk-

sen kautta ei siis voida, eikä edes yritetä yhdistää reettorin¹ kirjoituksia hänen edustamiensa organisaatioiden kantoihin tai toimintamalleihin. Olisi kuitenkin naiivia väittää, että Wahlroosin tavalla profiloitunut henkilö voisi puheessaan täysin eristää itsensä taustastaan ja kontekstistaan. Persoonan ympärille muodostuvien mielikuvien rakentuminen on jatkuvasti käynnissä oleva sosiaalisten kohtaamisten prosessi (Goffman 1959, 8). Puhuja ei pääse taustaansa, eli nykykäsittein ilmaistuna henkilöbrändiään pakoon. On kuitenkin puhujan vallassa, haluaako hän heikentää vai vahvistaa persoonansa ympärille syntyneitä mielikuvaprosesseja, jotka voivat määrätietoisella brändinrakentamisella olla jopa muutettavissa (Khedher 2015). Johtamisen näkökulmasta tämä tutkimus antaa uutta näkökulmaa siihen, missä määrin yritysjohtaja voi erottaa viestintänsä organisaation brändistä. Vahva brändi kannustaa kuluttajaa osallistumaan ja antamaan omaa panostaa yrityksen käyttöön (Harmaala & Jallinoja 2012, 174). Yritysjohtajan voimakas henkilöbrändi assosioituna yrityksen brändiin saattaa kuitenkin aiheuttaa haasteita, mikäli niiden viesteihin sisältyy ristiriitä. Siksi viestinnän hallinnan merkitys nousee erittäin tärkeäksi osaksi yritysjohtamista.

Tässä tutkimuksessa sivutaan siis myös henkilöbrändin vaikutusta organisaatioviestinnässä, jonka osa-alueeksi Wahlroosin puhe tutkimuksen taustaoletuksissa liitetään. Wahlroosin kaltaisen julkisuudessa profiloituneen liike-elämän jättiläisen puheenvuoroja tarkastellaan tutkimuksessa ennen kaikkea yhteiskuntasuhteiden rakentamiseen tähtäävän organisaatioviestinnän epämuodollisena jatkona, joka määrittää julkisen keskustelun painopisteitä ja sitä kautta yritysten toimintaympäristöä.

Tutkimus ei siis niinkään käsittele sitä miten asioiden pitäisi olla, vaan ennemmin sitä, miten yritysvastuuasiat näyttäytyvät merkittävälle suomalaiselle yritysjohtajalle ja miten hän niistä asioista argumentoi. Yhteiskuntavastuun käsitteen taustakeskustelun puolestaan katsotaan tässä tutkimuksessa määrittävän sen, mikä katsotaan yhteiskunnassa normaaliksi ja mihin suuntaan vastuuasioita pitäisi kehittää sekä missä valossa yhteiskuntavastuun eri osa-alueita tarkastellaan. Tärkein työkalu tässä prosessissa on lopulta asioiden esittämisen – eli retoriikan – taito. Siksi tämä tutkimus keskittyy organisaatioviestinnän retoriseen puoleen.

Organisaatioviestintä on oleellinen osa yrityksen yhteiskuntasuhteiden rakentamista ja ylläpitämistä, mikä liittyy sen tutkimisen ennen kaikkea organisaatioiden ja johtamisen tutkimukseen. Tämä tutkimus kuuluu määritelmällisesti lähelle Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulun kauppatieteiden luokittelun mukaista yritysten yhteiskuntasuhteiden ja -vastuun kriittistä diskurssintutkimusta, joka on organisaatioviestinnän alainen tutkimushaara (Aalto-yliopisto 2017). Diskurssin analysoinnin sijaan tämä tutkimus

¹ Reettori, eli puhuja, joka argumentaation avulla pyrkii hankkimaan tai vahvistamaan yleisön hyväksyntää tai kannatusta esitetyille väitteille. (Perleman 1996, 16.)

käsittelee Wahlroosin käyttämää retoriikkaa hänen argumentoidessaan yhteiskuntavastuusta.

Vahvana elävä kliseinen stereotypia ekonomeista kuuluu, että he tuntevat kaiken hinnan, mutta eivät minkään arvoa. Tämän tutkimuksen meriittinä voidaan pitää sitä, että se tunnistaa yhteiskunnassa vallitsevien arvojen ja liike-elämän välillä olevan yhteyden. Tällä tarkoitetaan sitä, että vallitsevien arvojen mukainen toiminta voi muodostaa oleellisen kilpailuedun markkinoilla (Kuvaja & Malmelin 2008, 12). Yritysjohtaja, joka ymmärtää miten yhteiskunnassa vallitsevat arvot rakentuvat ja miten niihin voidaan määrätietoisesti ja tehokkaasti vaikuttaa on askeleen edellä kilpailijoita. Tämän kaltainen johtaja on itse asiassa enemmän kuin yritysjohtaja. Hän on yhteiskunnallinen luova voima, joka toteuttaa itsensä ja omat arvonsa ympäröivässä yhteiskunnassa Nietzschen (1886) määrittelemän yli-ihmisen tavoin.

Tämä tutkimus on luonteeltaan nietzscheläisen nihilistinen siinä mielessä, että se ei ota kantaa eettisiin kysymyksiin yhteiskunnasta tai yhteiskunnallisista tavoitetoiloista. Tutkimus luo kuitenkin ymmärrystä yhteiskunnallisen keskustelun vaikutuksesta liike-toimintaympäristön konstruoinnissa sosiaalisessa mielessä. Suomalaisyriyten johtoryhmien jäseniä se muistuttaa siitä, että yritysjohtaminen on paljon enemmän kuin kvartaaliraporteissa esiintyvien lukujen analysointia. Kokonaisvaltainen liikkeenjohto edellyttää yhteiskunnan rakenteiden ja siellä vaikuttavien voimien tunnistamista sekä ongelmanhahmotus- ja erityisesti niiden ratkaisukykyä.

Wahlroosin poikkeuksellisen henkilöahmon lisäksi tutkimuksen kiinnostavuutta lisää sen ajankohtaisuus. Ylempänä mainittu EU-direktiivi (EU 2013) on pitänyt olla implementoituna jäsenvaltioissa vuoden 2017 alusta, minkä lisäksi median ja yhteiskunnan kiinnostus yritysten yhteiskuntavastuuta² kohtaan on ollut rajussa nousussa niin Suomessa kuin maailmalla yleisesti. Aiheesta kirjoitettujen media-artikkelien määrä on noussut 1980-luvun muutamasta kirjoituksesta 2010-luvun kymmeneen tuhansiin artikkeleihin (esim. Kallio & Nurmi 2005, 7; Kang et al. 2016).

Wahlroosin näkemykset yhteiskuntavastuusta käsittelevät kuitenkin paljon laajempia kokonaisuuksia kuin perinteinen akateeminen yhteiskuntavastuukeskustelu. Tämä tutkimus on aineistolähtöinen, joten kaikilta osin se ei keskustele suoraan aiemman yhteiskuntavastuu-tutkimuksen kanssa. Silti, tutkimus on omiaan lisäämään ymmärrystä suomalaisen yhteiskuntavastuu-debatin ja siinä käytetyn retoriikan taustaolettamuksista. Tätä tutkimusta viimeisteltäessä Helsingin Sanomat julkaisi Wahlroosin (2017) uuden Hiljainen vallankumous -pamfletin herättämän keskustelun seurauksena Yrjö Raution (2017) kolumnin, jossa hän ilmeisen provosoituneena toteaa: ”Wahlroosilla on tietenkin oikeus mielipiteisiinsä. Niihin kannattaa tutustuakin vaikka vain sen vuoksi, jotta tietäisi

² Yleisesti käsitteestä käytetään englanniksi termiä corporate social responsibility (CSR).

mitä rahaeliitin päässä liikkuu.” Wahlroosin yhteiskunnallinen vaikuttavuus perustuu juuri tällaiseen kuohuntaan. Tässä tutkimuksessa pureudutaan syvemmin siihen, miten hän pystyy retoriikallaan saamaan toiset puolelleen ja toiset raivon partaalle.

1.2 Tutkimusongelma

Von Clausewitzin (1998, 27) kuuluisan lausahduksen mukaan sota on politiikan jatkamista toisin keinoin. Sanontaa voidaan soveltaa myös yrityksen johtamiseen, jolloin se saa muodon: yhteiskunnallinen keskustelu on yrityksen johtamisen jatkamista viestinnän keinoin. Viestintä puolestaan rakentuu retorisisista valinnoista, joita viestijä, eli reettori tekee argumentoidessaan näkemyksiään (Perelman 1996, 11–13). Tämän teoreettisen havainnon pohjalta muodostuu päätutkimuskysymys:

- Miten Wahlroos käyttää retorisia ratkaisuja perustellessaan väitteitään yritysten yhteiskuntavastuusta?

Pääkysymystä lähestytään kolmen alakysymyksen kautta:

1. Mikä on Wahlroosin käsitys yhteiskuntavastuusta?
2. Mitä retoriikan keinoja Wahlroos käyttää argumentoidessaan yhteiskuntavastuusta?
3. Miksi Wahlroos on päättänyt käyttämänsä retoriikkaan?

Ensimmäinen alakysymys perustuu Perelmanin (1996, 12) uuden retoriikan näemykseen, jonka mukaan retoriikka on ennen kaikkea valintaa, minkä vuoksi tutkimuksen on otettava selvää siitä, mitä retoristen valintojen taustalla on. Toinen alakysymys puolestaan selvittää sitä, mistä Wahlroos oikeastaan puhuu käsitellessään yhteiskuntavastuuta ja kolmas taas dekonstruoi ja luokittelee Wahlroosin käyttämää retoriikkaa. Retoriikka-analyysin teoreettisena tukena tukena käytetään Habermasin (1984) kommunikatiivisen rationaalisen teorian sekä Foucault’n (2010) vallan olemukseen liittyviä rakenteita.

Päätutkimuskysymystä lähestytään analysoimalla Wahlroosin kahta 2010-luvulla kirjoittamaa teosta Markkinat ja Demokratia sekä Talouden kymmenen tuhoisinta ajatusta. Kyseiset teokset muodostavat tutkimuksen primääriaineiston. Primääriaineistoa täydennetään tutkijan tekemällä Wahlroosin haastattelulla sekä rajatulla joukolla Wahlroosin teoksistaan tai yhteiskuntavastuusta antamia julkisia lausuntoja, jotka muodostavat tutkimuksen sekundääriaineiston. Tutkimus käsittelee Wahlroosin argumentaatiota ja sen taustalla vaikuttavia ajattelutapoja, valottaen samalla suomalaisen yhteiskuntavastuu-

keskustelu taustarakenteita. Tutkimuksen tarkoitus ei ole siis kirjoittaa ulos Wahlroosin ajatuksia, vaan suhteuttaa hänen argumentaationsa yritysten yhteiskuntavastuun tutkimukseen retoriikka-analyysin keinoin sosiologista ontologiaa hyödyntäen. Tutkimus ei siis käsittele Wahlroosin persoonaa, eikä tarkoituksena ole ottaa moraalista kantaa hänen argumentaatioonsa.

Lisäksi tutkimus herättelee jatkokysymyksiä laajemmalle yritysjohtajien retoriikan tutkimukselle ja tuo uusia poikkitieteellisiä lähestymistapoja yritysten yhteiskuntavastuun tutkimukseen. Tutkimuksen selkeitä rajoituksia ovat:

1. Tutkimuskohde, eli Björn Wahlroosin retoriikka.
2. Aineiston ajallinen horisontti, joka rajoittuu primääriaineiston osalta 2010-luvulle.
3. Valitun tutkimusmenetelmän mukanaan tuomat laadulliselle tutkimukselle ominaiset rajoitteet.
4. Teoreettisen viitekehyksen, eli yritysten yhteiskuntavastuun tematiikka.

Rajaukset on tehty siten, että ne eivät liiaksi rasita tutkimuksen selitysvoimaa, mutta tuovat tutkimukselle selkeän fokuksen. Niiden avulla on tehostettu tutkimusentekoa siten että tutkimus on mielekäs ja selkeästi jäsentyvä kokonaisuus.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimus rakentuu viidestä pääluvusta, joista johdanto toimii tutkimuksen taustoittajana selittäen lukijalle tutkimuksen taustan, tutkimuskysymyksen ja tutkimusintressit sekä tutkimuksen rakenteen. Johdanto kertoo myös lyhyesti Björn Wahlroosin uran merkittävimmät vaiheet, mikä osaltaan taustoittaa tutkimusintressiä. Tutkimuksen toisessa luvussa käydään läpi tutkimusmenetelmään ja tutkimusaineistoon liittyvät ratkaisut ja valinnat. Luvussa käsitellään ensin retorisen analyysin mahdollisuudet tutkimusmenetelmänä ja kuvataan miten niitä hyödynnetään tässä tutkimuksessa luvun lopussa esiteltävän aineiston käsittelyssä.

Kolmas luku pureutuu yhteiskuntavastuun käsitteeseen tarkastelemalla sitä juridisena ja tieteellisenä konseptina sekä analysoimalla aineiston pohjalta Wahlroosin argumentaation suhteutumista siihen. Neljännessä luvussa toteutetaan edellisissä luvuissa määritellyn aineiston teorialähtöinen luokittelu ja käsittely retorisen analyysin menetelmiä hyödyntäen.

Viidennessä luvussa siirrytään analyysin avulla saatujen tulosten erittelyyn palauttamalla retorisen analyysin kautta saadut tulokset yhteiskuntavastuun teoreettiseen keskusteluun. Tämän lisäksi luvussa nivotaan yhteen tutkimuksen loppupäätelmät, sekä

käsitellään menetelmään, rajauksiin ja muihin tutkimuksen aikana tehtyihin valintoihin liittyviä kysymyksiä. Tutkimuksen päättävässä luvussa esitetään tulosten pohjalta uusia jatkotutkimuskysymyksiä ja pohditaan lähestymistapoja niihin.

2 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Retoriikka on kyky havaita kunkin asian yhteydessä vakuuttava. (Aristoteles 1997, 10.)

2.1 Retoriikka-analyysi

Tässä tutkimuksessa aineistoa lähestytään käyttäen retorista analyysia. Retoriikka tieteenalana on ollut olemassa jo antiikin ajoista alkaen ja voidaan jopa sanoa, että koko länsimainen filosofia ja tiede ovat alkaneet argumentaation, väittelyn ja retoriikan pohimisesta (Kakkuri-Knuuttila & Heinlahti 2006, 7). Retoriikka on käytännössä aina ollut läsnä siellä missä ihmiset ovat vaihtaneet ajatuksia keskenään.

Antiikin Ateenassa, jossa poliittiset päätökset tehtiin vapaiden miesten harjoittaman suoran demokratian kautta, retoriikalla oli erityisen suuri merkitys; useimmiten vakuuttavimmin esitetty päätösehdotus voitti, perustuivatpa sen puolesta esitetyt argumentit tosiseikkoihin tai silkkaan kaunopuheisuuteen. Platonin halveksimat sofistit edustivat tälle retorista viekkautta, jotka opettivat puolustamaan ja vastustamaan samaa objektia ja väittivät kykenevänsä tekemään heikomman asian vahvemmaksi, vieläpä huonomman paremmaksi, mikä oli ristiriidassa Platonin filosofian perusprinsiipin kanssa (Haapanen 1996, 25).

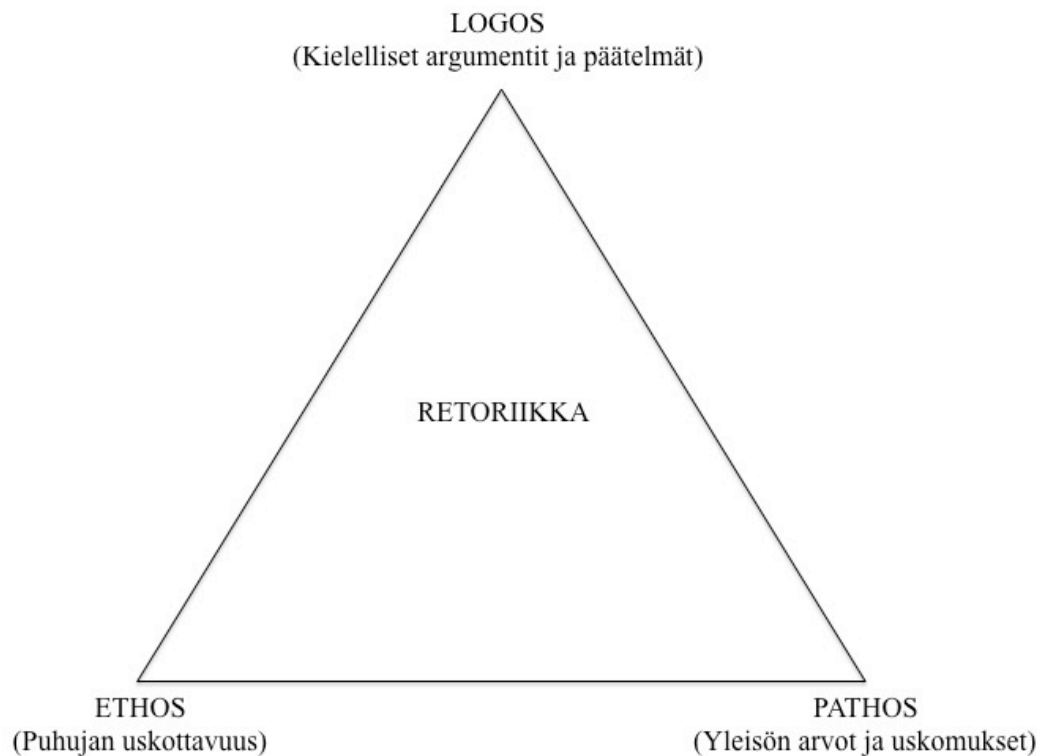
Platon katsoi, että filosofian ydintä, eli hyvän, toden ja oikean tuntemusta ei voitu saavuttaa retoriikan maailmassa alkuunkaan. Retoriikan kriittikkona yleisesti pidetty Platon ei kuitenkaan vältty retoristen keinojen hyödyntämiseltä. Hän esimerkiksi käyttää omissa dialogeissaan retoriikkaa välineenä saattaa Sokrateen vastaväittäjät naurunalaisiksi ja nykyisin Platonin katsotaan jopa puolustavan retoriikkaa nojaavaa dialektiikkaa muun muassa Gorgias- ja Faidros-dialogeissaan (esim. Kennedy 1980, 41–60; Welch 1990, 102–111). (Haapanen 1996, 25.)

Siinä missä Platonille retoriikka näyttäytyi totuuden vihollisena, Aristoteleelle se oli luontaisempi keino totuuden tavoittelussa, vaikka parhaimmillaankin retoriikan keinoin saavutettu totuus on vain todennäköisyyttä, toisin kuin filosofisen dialektiikan kautta määritelty totuus (Haapanen 1996, 27). Aristoteles jakaa päättelyn lajit analyttiseen ja dialektiseen päättelyyn, joista ensimmäinen tarkoittaa nykytermein muodollista logiikkaa ja jälkimmäinen viittaa retoriseen konstruktion siinä, mikä on lähtöpremissien totuusarvo (Perelman 1996, 7–8).

Siinä missä muodollinen logiikka muodostaa totuusarvon päättelyketjujen loogisten rakenteiden kautta, retoriikka keskittyy yleisön hyväksynnän saavuttamiseen. Ratkaisevaa on ihmisten usko, ei päättelyn sisäinen johdonmukaisuus. Loogisesti johdonmukainen lausuma jos A niin B ja jos B niin C, joten jos A niin C, voidaan retoriikan avulla

osoittaa epätodeksi – jos yleisö otaksuu asian tulleen todistetuksi. Retoriikka ja dialektiikka ovat Aristoteleen (1997, 12) mukaan kuitenkin toisistaan erottamattomia kykyjä perusteluiden aikaansaamiseksi. Aristoteles kuitenkin katsoo, että retoriikan tehtävä on käsitellä yksinkertaistaen kysymyksiä, joihin ei ole tieteellistä vastausta, johtuen kuulijajoukon kyvyttömyydestä seurata pitkiä päättelyketjuja tai nähdä monimutkaisia asiayhteyksiä (Aristoteles Ret. 1997, 13). Lopulta Aristoteles erottaa retoriikassa kolme vaikuttamisen muotoa (Kuvio 2.) (Ibid., 11):

1. Puhujan luonteeseen perustuvat vakuuttumisen syyt (*ethos*; *eetos*).
2. Kuulijan mielentilaan perustuvat syyt (*pathos*; *paatos*).
3. Puheeseen perustuvat osoittamiseen tai näennäiseen osoittamiseen perustuvat syyt (*logos*).



Kuvio 1. Retoriikan osat.

Ethos käsittää ne keinot, joilla puhuja tekee itsestään luotettavan puheessaan. Näitä voivat olla itsensä nostaminen asiantuntija-asemaan esimerkiksi muodollisen koulutuksen, kokemuksen tai tittelin kautta sekä oman erityisyytensä tai oppineisuutensa osoittaminen kielellisten konventioiden (niin sanotun jargonin) avulla tai esittämällä monimutkaisia päättelyketjuja, joita yleisön on vaikea hahmottaa. Yksinkertaistettuna *ethos* voidaan käsittää mielikuvaksi viestijästä (Samra 1993, 343). *Ethos*ta voidaan kuvata

myös puhujan tapoina ilmentää omaa luonnettaan tai uskottavuuttaan, mikä heijastaa puhujan yleisökäsitystä (Kakkuri-Knuuttila 1998, 233).

Pathos on vaikuttamista kuulijoiden mielentilaan puhujalle suotuisammaksi. Jotta puhujan viestillä olisi kuulijalle merkitystä, hänen on saatava kuulijat kiinnostumaan itsestään ja sanomastaan. Tehokas kommunikaatio vetoaa kokonaisvaltaisesti ihmisen kaltaiseen psykofyysiskognitiiviseen kokonaisuuteen. *Pathos* vetoaa siis ihmisten tunteisiin, joita liikuttamalla pyritään saamaan heidät toimimaan puhujan tavoitteita edistävällä tavalla. Ilmiötä voitaisiin kuvata tavoitteeksi saada ihmiset liikahtamaan apaattisesta (*a-pathos*) liikkumattomuuden tilasta (Karvonen 1999, 261). Kyse on siis pohjimmiltaan yleisön vastaanottokyvystä, mielentilasta ja tunteista, jotka vaikuttavat argumentin vastaanottamisen tapaan ja arvioon (Kakkuri-Knuuttila 1998, 233).

Logos puolestaan vetoaa järkeen, eli se voidaan nähdä *pathoksen* vastakohtana. *Logos* on kaikkein lähimpänä Aristoteelisen dialektiikan tuottamia muodollisen päättelyn rakenteita; jos A niin B, jos B niin C, jos A niin C. Yksinkertaisimmillaan *logoksella* tarkoitetaan siis argumentin asiasisältöä, eli itse argumenttia (Kakkuri-Knuuttila 1998, 233).

Aristoteleen (1997, 9) mukaan retoriikka voidaan pelkistää opiksi siitä miten asiat esitetään vakuuttavasti ja suostuttelevasti, mutta se voidaan käsittää myös viestinnän, esittämisen ja puhumisen taitona sekä argumentaation ja perustelemisen taidoksi (Karvonen 1999, 259). Siinä missä klassinen retoriikka keskittyi enemmän julkisen esiintymisen, kaunopuheisuuden ja vakuuttavan esiintymisen analysointiin (Haapanen 1996, 23; Kakkuri-Knuuttila 1998, 241), modernin retoriikan tutkiminen on laaja-alaisempaa ja riippumaton esiintymisen areenasta, mikä voidaan katsoa välttämättömyydeksi nykyisten viestintäteknologioiden aikakaudella (Karvonen 1999, 259). Moderni retoriikka-analyysi sisältääkin Aristoteleen kolmen klassisen retoriikan osan lisäksi sosiaalisen, kielellisen sekä kokonaisuuden näkökulman, jotka mahdollistavat retoriikan ymmärtämisen myös nykyisissä konteksteissa (Taulukko 1.) (Kakkuri-Knuuttila, 1998, 240).

Retoriikka on hyödytön konsepti sosiaalisessa tyhjiössä ja siksi tutkimuksessa on oleellista huomioida retoriikka osana laajempaa sosiaalista yhteyttä (Kakkuri-Knuuttila 1998, 235). Tässä tutkimuksessa retoriikka nähdään Karvosen (1999, 259) esittämällä tavalla pyrkimyksenä tuottaa sosiaalista todellisuutta ja saada ihmisiä toimimaan halutulla tavalla. Retoriikka nähdään siis pohjimmiltaan vaikuttamisen kanavana ja vallankäyttönä.

Viime kädessä retoriikkaa määrittää intentio, eli päämäärä, joka voi olla pyrkimys antaa haluttu kuva yleisölle asioista, saada ihmiset näkemään asiat halutussa valossa ja tekemään haluttuja asioita (Karvonen 1999, 259–261). Myös Kakkuri-Knuuttilan (1998, 233) mukaan puheen retorinen tavoite on sama kuin argumentaation tavoite. Argumentaatio toimii puheen pohjakerroksena, jonka päälle rakennetaan viesti kielellisen luovuuden avulla. Retoriikka voidaan siis nähdä vallankäyttönä, jonka päämääränä on saa-

da yleisö, eli vallankäytön kohteet, tekemään tai haluamaan vallankäyttäjän haluamia asioita näiden mahdollisesta vastustuksesta huolimatta (Dahl 1957, 202–203). Myös Perelmanin on tulkittu käsittäneen retoriikan pakottamisen vastakohtaksi (Summa 1996, 66). Tässä mielessä tämä tutkimus käsittää retoriikan ja argumentaation tietoisena vakuuttamiseen, mutta myös vaikuttamiseen tähtäävänä kielellisesti rakentuvana vuoro-vaikutuksena.

Retorinen analyysi sisältää seuraavat tasot:

- (1) Argumenttien kriittinen analyysi ja arviointi eli *logos*-tason arviointi:
 - analysoi yksittäiset argumentit
 - analysoi argumenttien keskinäiset suhteet
 - arvioi argumenttien hyväksyttävyyden kommunikaatioyhteisössä.
- (2) Psykologinen näkökulma analysoi:
 - ethos-keinot, joilla puhuja rakentaa suhdetta yleisöön
 - pathos-keinot, joilla puhuja vaikuttaa yleisön vastaanottokykyyn.
- (3) Sosiaalinen näkökulma tekstiin analysoi puhetilanteen tekijöitä:
 - puhujaa
 - yleisöä
 - foorumia
 keskinäisissä suhteissaan.
- (4) Tekstin kielellinen näkökulma analysoi:
 - metaforia
 - dualismeja
 - konnektiiveja yms.
 ja niiden vaikutusta tekstin kokonaisuuteen.
- (5) Kokonaisuuden näkökulma analysoi:
 - yksittäisen tekstin argumentaation ja yleisemmin tekstin sisällön keskinäisiä painotuksia, toistoa ynnä muuta tekstin kokonaisuuden luomalle vaikutukselle
 - tekstilajin *logos*-, *ethos*-, *pathos*- sekä kielellisiä vaikutuskeinoja kulttuurin osina ja ilmentäjinä.

Taulukko 1. Retorisen analyysin tasot (Kakkuri-Knuuttila 1998, 240).

Retoriikka voidaan luokitella sen mukaan, mitä kielenkäytön tasoa analysoidaan. Tällä tavalla on havaittavissa kolme analyysin kohdetta:

1. Puheiden tai esitysten retoriikka.
2. Argumentoinnin retoriikka.
3. Trooppien tai kielikuvien retoriikka.

Ensimmäisessä tapauksessa tarkastellaan puheita, tekstejä ja kuvia tai vastaavia esityksiä kokonaisuutena, arvioiden niiden tehokkuutta tai vaikuttavuutta yleisöön. Argumentoinnin tutkimus puolestaan suuntaa huomion puheen tai tekstin ominaisuuksiin, joilla pyritään muuttamaan tai vahvistamaan yleisön käsityksiä asioista. Trooppiretoriikkaa tarkastellaan usein taidonilmaisuna tai argumentoinnin välineenä, mutta siinä voidaan nähdä myös avaimia jonkin tekstin, kirjoittajan tai aikakauden kielen tyypillisten tai yksilöllisten ajatusmuotojen tai tyylien tutkimiseen. (Palonen & Summa 1996, 10.)

Tässä tutkimuksessa keskitytään argumentoinnin retoriikan analysointiin. Tutkimus lähtee Perelmanin (1996, 28) väitteestä, jonka mukaan retorissa argumentaatiossa ei pyritä todistamaan johtopäätöksiä, vaan siirtämään premisseille osoitettu hyväksyntä koskemaan esitettyjä johtopäätöksiä. Viestijän tehtävä on siis sovittaa viestinsä vastaanottajan premisseihin, uskomuksiin ja arvomaailmaan, vaikka niiden takana oleva argumentti olisikin ristiriidassa vastaanottajan premissien kanssa (Karvonen 1999, 263). Viestijän toinen vaihtoehto on muuttaa yleisön premissejä, mutta se vaatii huomattavia ja pitkäaikaisia panostuksia sekä toistuvia viestintätilanteita (Ibid.; Paloheimo & Wiberg 1996, 67).

Perelman edustaa 1950-luvulla alkunsa saanutta niin sanottua uuden retoriikan aaltoa, joka jatkaa Aristoteleen retoriikan teorian perintöä laajentaen sitä käsittämään nykypäivän viestinnän haasteet (Perelman 1996, 11). Perelmania vaivasi erityisesti kysymys yhteiskunnallisten instituutioiden legitiimisyudesta, joka perustuu käsitykseen mahdollisuudesta käsitellä arvokysymyksiä järkeen pohjautuvilla loogisilla päätelmillä. Lähestyäkseen kyseistä ongelmaa Perelman kehitti praktisen päättelyn tutkimuksen, jota hän nimitti uudeksi retoriikaksi ja jonka tavoitteena oli luoda teoria siitä, miten arvopäätelmien uskottavuus rakennetaan vakuuttavan kielenkäytön avulla. Perelman näkee siis argumentaation ja retoriikan toisiinsa kietoutuneina päättelyn ja vakuuttamisen elementteinä. Täten esimerkiksi kielikuvat, asioiden esittämisjärjestys tai korostukset ovat osa argumentointia, eli kokonaisvaltaista vakuuttamista. (Summa 1996, 63–65.)

2.2 Retoriikan suhde valtaan

Perelmanille (1996, 41) retoriikka on ensisijaisesti valintaa. Viestinnässä käytettyjen strategisten valintojen ja niiden takana olevien intentioiden tutkiminen nouseekin uuden retoriikan keskiöön; miksi valittiin näin, vaikka toisinkin olisi voitu valita (Karvonen 1999, 259). Päätelmien muodostamiseen käytettyjen argumenttien valinnanvapaus teoreettisena viitekehyksenä tarkoittaa kuitenkin sitä, että päätelmien tuottamiseen käytetyt menetelmät ovat perustavanlaatuisesti muodollisesta logiikasta poikkeavia. On silti mahdotonta kiistää, etteikö argumentointi olisi päättelyä, vaikka se on luonteeltaan erilaista. Aristoteles tunnisti tämän perustavanlaatuisen eron määritellessään argumentaation dialektiseksi päättelyksi, joka koostuu argumenteista, joilla tähdätään tietyn kiistanalaisen väitteen hyväksymiseen tai hylkäämiseen (Perelman 1996, 10–11).

Aristoteleen määritelmän mukaan argumentaatiota voidaan siis käyttää teoreettisena työkaluna premissien testaamiseen ja päätelmien rakentamiseen sekä älyllisen hyväksynnän tavoitteluun. Perelman (1996, 19) huomauttaa, että varsin usein argumentaation tähtäimessä on kuitenkin toiminta tai toiminta-alttiuden luominen, mikä tuo retoriikan osaksi yhteiskunnallisia prosesseja. Uuden retoriikan näkökulmasta argumentointi ja retoriikka ovat tiiviisti kytköksissä vallan klassiseen määritelmään, jossa valta on A:n kyky saada B toimimaan A:n haluamalla tavalla (Dahl 1957). Tästä johtuen retoriikan ja argumentaation tutkimusta ei voida pitää erillään vallan ja siihen liittyvien suhteiden tutkimuksesta, vaikka toisenlaisiakin väitteitä tutkimuskentässä on. Habermas (1984, 249) esimerkiksi esittää, että valta piilee argumenteissa ja ideaalisessa argumentaatiotilanteessa paras argumentti astuu voimaan.

Foucault'n (2010, 20) mukaan valtamekanismit kuitenkin sisältyvät sosiaalisiin suhteisiin ilman, että niitä erikseen konstituoitaisiin muodostaen kehämäisesti toistensa syyn ja seurauksen. Tästä huolimatta hän tunnistaa valtamekanismeissa sellaisia ominaisuuksia, jotka mahdollistavat niiden tarkastelun loogisella, johdonmukaisella ja pätevällä tavalla, sekä niiden oleellisten piirteiden tunnistamisen tietyllä hetkellä, tietyssä ajanjaksona ja tietyllä kentällä (Ibid.). Toisin sanoen valta ilmenee kaikkialla sosiaalisissa suhteissa ja siitä voidaan saada relevanttia tietoa. Vallan sosiaalinen luonne merkitsee sitä, että valta ei ole argumentissa, vaan sen perusteluissa käytetyssä retoriikassa. Foucault'n ontologisen viitekehyksen mukaisesti argumentaatiota ja retoriikkaa voidaan tutkia retoriikka-analyysillä, jossa sosiaalinen suhde – eli valtakenttä – rakentuu reettorin ja yleisön välille. Epistemologisessa mielessä retoriikka-analyysi antaa uskottavamman selityksen julkisesta puhetilanteesta kuin puhdas argumenttianalyysi, koska argumentaatio on tilannesidonnaista, jonka retoriikka-analyysi käsittää osakseen (Kakkuri-Knuuttila 1998, 240 ja Kakkuri-Knuuttila & Heinlahti 2006, 30).

Kakkuri-Knuuttilan (1998, 235) mukaan retorinen tilanne rakentuu puhujasta, yleisöstä sekä puheen foorumista, jotka määrittävät yhteiskunnallisesti. Retorisen tilanteen

rakennetta kutsutaan retoriikka-analyysin sosiaaliseksi ulottuvuudeksi (Taulukko 1.), joka on tässä tutkimuksessa vakioitu taustatekijöiltään yhteneväisen aineiston avulla. Tämä tarkoittaa sitä, että puhetilanteen tekijät – puhuja, foorumi ja yleisö – pysyvät samana kun ne on kerran määritelty. Puhuja, eli reettori on Björn Wahlroos, joka käyttää puheensa foorumina teoksiaan ja kirjoitushetkellä vallalla ollutta yhteiskunnallista kontekstia. Tässä tutkimuksessa nojaututaan Perelmanin (1996, 21) yleisökäsitykseen, jonka mukaan yleisö muodostuu kaikista niistä henkilöistä, joihin puhuja haluaa argumentaatiollaan vaikuttaa.

Tämän tutkimuksen primääriaineistona käytetyt teokset on tarkoitettu julkisiksi puheenvuoroiksi. Ne ovat kirjoittajan itsensä mukaan markkinatalouden puolustuspuheenvuoroja sekä visioita siitä, millainen markkinoiden rooli pitäisi olla suhteessa politiikkaan ja yritysorganisaatioihin (Wahlroos 2012, 11; Wahlroos 2015, 19). Wahlroos myös toteaa – vaikkakin sivulauseenomaisesti – että hän olisi onnellinen, jos kansanedustajat lukisivat hänen teoksensa, mistä voidaan päätellä, että teosten kirjoittamisen takana on ainakin jonkin asteinen ambitio vaikuttaa yhteiskuntaan (haastattelu 13.1.2017).

Julkisuus muodostaa avoimessa demokratiassa kyvyn manipuloida ”yleistä mielipidettä”. Julkisuuden kautta yhteiskunnan toimijat pystyvät hankkimaan yleisöltä vastakaikua hankkeilleen tai ainakin pitämään sen passiivisen suvaitsevaisena. Vastakaikua on mahdollista hyödyntää poliittisten tavoitteiden edistämisessä, kun taas suvaitsevaisuus on omiaan neutraloimaan ”poliittista vastapainostusta”, eli vasta-argumentteja. (Habermas 1962, 289–290.)

Wahlroos käyttää teoksiaan julkisina puheenvuoroina, joiden kautta hän pyrkii vaikuttamaan paitsi parlamentaarikkoihin, selvästi myös ”yleiseen mielipiteeseen”. Hän mainitsee Markkinat ja demokratia -teoksessa ettei noudata akateemisen kirjoitustavan kirjoittamattomia sääntöjä ja toisaalta Talouden kymmenen tuhoisinta ajatusta -teoksen hän kertoo kirjoittaneensa ”mahdollisimman yleistajuisesti”, mikä viittaa siihen, että teosten kohdeyleisö on pyritty saamaan mahdollisimman laajaksi (Wahlroos 2012, 11; Wahlroos 2015, 19). Näin ollen teosten kohdeyleisön voidaan katsoa koostuvan parlamentaarikoista sekä muista yhteiskunnalliseen päätöksentekoon osallistuvista henkilöistä, mutta myös yhteiskunnallisista asioista kiinnostuneista kansalaisista.

2.2.1 Miten valtaa voidaan tutkia?

Foucault (2005 ja 2010) määrittää vallan sosiaalisissa suhteissa piileviksi kentiksi, eikä ole niinkään kiinnostunut sen konkreettisesta ilmenemisestä tai siitä, kenellä valta on. Paloheimo & Wiberg (1996, 55) puolestaan tunnistavat viisi eri vallan konkretisoidumisen lajia, jotka myös Foucault olisi todennäköisesti mieltänyt vallankäytöksi. Nämä ovat:

1. Rankaiseminen
2. Palkitseminen
3. Auktoriteetti
4. Sosiaalistaminen
5. Sääntely

Rankaiseminen ja palkitseminen ovat vallankäytön selkeimpiä ilmentymiä. Rankaiseminen on vallankäytön kohteelle aiheutettu haitta epätoivotun käyttäytymisen johdosta, kun taas palkitseminen on vallankäyttäjän vallankäytön kohteelle myöntämää hyvitystä toivotusta käyttäytymisestä. Rankaisemiselle ja palkitsemiselle on yhteistä, että useimmiten vallankäytön kohde on tietoinen asemastaan. Vallankäyttäjä ei kuitenkaan tarvitse sanktioita tai palkintoja saadakseen toiset toimimaan haluamallaan tavalla. Asiantuntijavalta ja karismaattinen johtajuus ovat auktoriteettiasemaan perustuvaa vallankäyttöä. Tällaisen vallan edellytys on yhteisössä yleisesti hyväksytyt normit auktoriteettiasemasta. (Paloheimo & Wiberg 1996, 55–61.)

Sosiaalistaminen puolestaan on pitkällä aikavälillä tapahtuva normien omaksumisprosessi, jonka lopputuloksena ihmiset sisäistävät tietyt normit, arvot ja uskomukset omaksi vakaumukseksi. Normien, arvojen ja uskomusten omaksuminen ei välttämättä ole passiivista ja itseohjautuvaa, vaan se voi tapahtua myös aktiivisen ja määrätietoisemmän toiminnan kautta, jota voidaan kutsua myös propagandaksi tai indoktrinaatioksi. Perimmiltään nämä kaksi eroavat toisistaan siinä, että ensimmäisessä ihmiset tietävät olevansa vaikutusyrityksen kohteita kun taas jälkimmäisessä vaikutusyrityksen kohteet eivät tiedosta heihin kohdistuvaa pyrkimystä. (Paloheimo & Wiberg 1996, 65.)

Käytännössä näiden kahden vallan lajin tiukka erottaminen ei välttämättä ole helppoa. Pelkästään tietoisuuden ja tiedostamisen kokemus voi olla erittäin subjektiivista ja toisinaan voi olla niinkin, ettei henkilö tosiasiaassa ole vaikutusyrityksen kohteena, vaikka hän niin kokeekin. Toisaalta, saman logiikan mukaisesti myös vaikutuspyrkimys voi olla subjektiivinen. Tässä tutkimuksessa ei pureuduta syvemmin tietoisuuden ja tiedostamattoman vaikutuksen kysymyksiin, vaan vaikuttaminen ja sen ilmeneminen käsitetään laajasti koskemaan puhetta, jonka takana on intentio tai päämäärä saada aikaan toimintaa tai hyväksyntää, yleisöstä riippumatta.

Perelmanin uusi retoriikka on käytännöllinen työkalu, sillä se kattaa kaikki vakuuttamiseen ja suostutteluun tähtäävät esitykset yleisöstä ja käsitellyistä asioista riippumatta määrittäen yleisöksi lopulta kaikki ne, joihin puhuja haluaa argumentaatiolla vaikuttaa (Perelman 1996, 12 ja 21). Tutkijan näkökulmasta tämä on yhtä aikaa vapauttavaa, mutta myös haastavaa, sillä sen tulkitseminen kehen puhuja haluaa argumentaatiollaan vaikuttaa voi olla erittäin haastavaa ja toisinaan jopa mahdotonta. Wahlroos itse kiistää

ajatelleensa kohdistavansa teoksiaan millekään tietylle kohderyhmälle, mutta myöntää, että hän olisi iloinen, jos kansanedustajat lukisivat ne (Haastattelu 13.1.2017).

Viimeinen ja yhteiskunnallisesti myös pakottavin vallan laji on sääntely. Sääntely on toimintaa, jossa jokin toimivaltainen elin asettaa toimivaltansa rajoissa sääntöjä toisten käyttäytymiselle. Sääntelyn tuottamat oikeusnormit ovat pakottavia toimintaa ohjaavia käyttäytymisohjeita, jotka voidaan tarvittaessa panna täytäntöön pakkokeinoin. (Paloheimo & Wiberg 1996, 66.)

Sääntely on myös Wahlroosin argumentaation tunnistama vallan laji. Yhteiskuntavastuun kannalta tämä muodostaa kuitenkin jännitteen, koska yhteiskuntavastuuteorian näkökulmasta sääntely muodostaa vastuullisuuden alimman lajin (Koivuporras 2005, 61). Wahlroosin ajattelun rakentumista kuvaa hänen vastauksensa kysymykseen siitä, miten hän ymmärtää yhteiskuntavastuun: *Minä en ymmärrä sitä.* (Haastattelu 13.1.2017). Kysyttäessä yhteiskuntavastuun vaikeaselkoisuuden syytä Wahlroos jatkaa:

Meillä on valtaosiltaan eduskunnan säätämä laki- ja säädöskokoelma, joka määrittelee yksilöiden ja yritysten välisen kanssakäymisten ja sopimusten pätevyyden ja jossain määrin rajaa niiden sisältöjä ja ehtoja. Missään tässä ympäristössä ei määritellä käsitettä yhteiskuntavastuu, joten se ei ole ainakaan ensisijaisesti lainsäädäntöön perustuva. Mielestäni se on valtaosiltaan debatista esiinnoussut yleensä huonosti määritelty termi, jolla halutaan antaa ymmärtää, että yrityksillä ja varsinkin suurilla yrityksillä jotenkin olisi vastuuta, joihin he eivät itse ole sopimuksilla sitoutuneet ja joista ei myöskään ole säädetty lailla. Yritysten toimintaa säätelee ja rajoittaa toisaalta lainsäädäntö ja toisaalta sen tekemät sopimukset ja niihin verrattavissa olevat sitoumukset. Yhdessäkään näissä ei yleensä ole käsitettä yhteiskuntavastuu tai minkäänlaista yleistä määritelmää mitä se merkitsisi, vaan se on debatissa esiinnoussut vaade siitä, että yritysten pitäisi käyttää jonkun yleensä pienen osan varoistaan joko suoraan tai epäsuorasti yleishyödyllisiksi miellettyihin tarkoituksiin. En siksi oikein ymmärrä mitä se on tai mitä se täsmällisesti merkitsee. (Haastattelu 13.1.2017.)

Sääntely luo siis Wahlroosin argumentaatiossa yhteiskunnallisen toiminnan kulmakiven. Koska yhteiskuntavastuu ei ole täsmällisesti määritelty käsite, se muodostaa lainsäätäjän ulkopuolelta tulevan vallankäytön muodon. Yhteiskunnallinen valta ei siis välttämättä näyttäydy aina selkeänä ilmiönä.

Digeser (1992) tunnistaa tieteellisen keskustelun hahmottavan neljä erilaista vallankäytön tapaa, joita hän nimittää vallan neljäksi kasvoksi. Vallan ensimmäiset kasvot on usein helposti tunnistettavissa oleva vastustuksen murtaminen, joka tarkoittaa käytännössä A:n kykyä saada B tekemään jotain mitä B ei muutoin tekisi (Dahl 1957). Vallan toiset kasvot ovat myös helposti tunnistettavissa, sillä ne tarkoittavat käytännössä val-

lankäytön kohteen toimintavaihtoehtojen rajoittamista tai toiminnan estämistä (Bachrach & Baratz 1962). Vallan kolmannet kasvot ovat huomattavasti vaikeammin hahmotettavissa kuin kaksi ensimmäistä. Kolmansissa kasvoissa on kyse A:n kyvystä saada B haluamaan A:n haluamia asioita, vallankäyttö kohdistuen syvemmälle kohteeseensa kuin pelkästään tämän käyttäytymiseen (Lukes 1974, 27). Vallan neljännet kasvot muotoutuvat lopulta erilaisten sosiaalistumisprosessien välityksellä, jolloin ei itse asiassa enää ole kyse vallankäyttäjän kyvystä toteuttaa tahtoaan, vaan valta muuttuu subjektin oikeudeksi ja velvollisuudeksi (Digeser 1992, 983). Tällöin myös vastarinta ja sen mahdollisuus katoaa, tehden vallankäytön tarpeettomaksi (Foucault, 1977).

Koska tämä tutkimus tunnistaa valtamekanismit erottamattomaksi osaksi sosiaalisia suhteita, myös Wahlroosin ja hänen teostensa lukijoiden välille voidaan katsoa argumentaation kautta muodostuvan valtakenttä. Sosiaalinen suhde voi jatkua retoriikan tavoittelemana toimintana tai toiminta-alttiutena riippuen siitä miten hyvin lukijat omaksuvatko Wahlroosin argumentteja. Vaikutusten objektiivinen mittaaminen voi olla mahdollisuuksien rajojen ulkopuolella, mutta tässä tutkimuksessa tyydytäänkin tarkastelemaan vain vaikuttajan, eli rektorin käyttämän argumentaation, keinovalikoimaa.

2.2.2 Yhteiskunnallinen valta puheessa

Kommunikatiivisen rationaalisuuden idean mukaisesti lainsäädäntövaltaa käyttävät kaikki kansalaiset. Lainsäädäntövalta puolestaan käsitetään modernissa demokratiassa koko lainsäädäntöprosessina, joka alkaa ongelman tai aiheen tunnistamisena, jatkuu sen ratkaisemista koskevassa kansalaiskeskustelussa ja keskustelun johtopäätöksenä syntyvänä julkisena tahdonmuodostuksena, sekä lopulta tämän muodollisena rekisteröintinä, eli päätöksentekona. (Nieminen 2000, 117.)

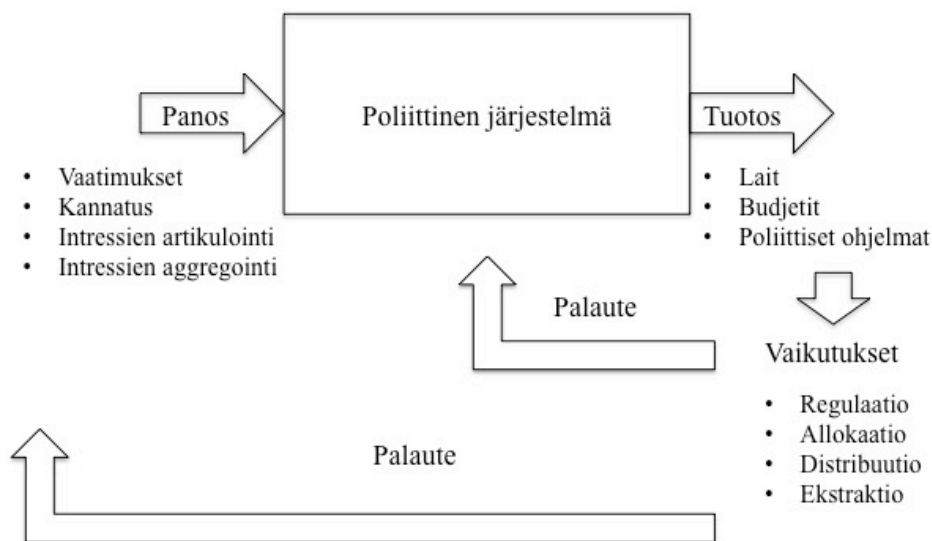
Kommunikatiivisen rationaalisuuden idean kautta tarkasteltuna Wahlroosin julkiset puheet tulevat osaksi kansalaiskeskustelua, riippumatta hänen tarkoituksiperistään. Tämän Wahlroos todennäköisesti itsekkin tiedostaa ja kysyttäessä hänen teostensa kohderyhmää hän tunnustaakin toivovansa kansanedustajien lukevan hänen teoksensa: *Tähän kuuluisi vastata, että olisin iloinen, jos Suomen eduskunnan jäsenet lukisivat ne, mutta eihän se niin toimi.* (Haastattelu 13.1.2017.)

Wahlroosin käyttämällä julkisen keskustelun taktiikalla on hyvin paljon samoja piirteitä kuin niin sanotulla ”lobbaamisella”, jolla viime kädessä tarkoitetaan toimijan keinoja vaikuttaa toimintaympäristöönsä, sen tulevaisuuteen ja siihen, miten sen edut otetaan huomioon poliittisessa päätöksenteossa. Aktiivinen organisaatio pystyy lobbauksella valvomaan, että poliittisen järjestelmän tuottamat päätökset eivät aiheuta ylitse pääsemättömiä vaikeuksia sen omalle toiminnalle. Strategisella tasolla lobbaus perustuu suhteiden rakentamiseen strategisesti tärkeiden ryhmien kanssa ja julkisen keskustelun

alla olevien kysymysten hallintaan. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan Wahlroosin tapaa argumentoida yhteiskuntavastuun piiriin kuuluvia kysymyksiä pyrkien proaktiivisesti hallitsemaan aiheesta käytävää julkista keskustelua. (Jaatinen 1999; 2000.)

Yritykset ovat olleet aiemminkin kiinteä osa yhteiskuntaa, mutta toimintaympäristön muuttuessa niihin kohdistuneet odotukset yhteiskunnassa ovat kehittyneet kohti tilannetta, jossa niiltä vaaditaan entistä enemmän myös retorista läsnäoloa. Kehitys on johtanut yritysten demokratisoitumiseen, minkä voidaan katsoa tarkoittavan henkilöstön, osakkeenomistajien tai kaikkien sidosryhmien parantuneita mahdollisuuksia osallistua yritysten päätöksentekoon. Arvojen ja vastuullisen strategian määrittely, eettiset toimintaohjeet, yritys vastuun raportointi ja ajantasaiset yritys vastuun johtamisjärjestelmät ovat merkki hyvin johdetusta ja riskejä hallitsevasta yrityksestä. Ennen kaikkea ne ovat taesille, että yrityksen toiminta ja olemassaolo koetaan legitimiiksi. (Kuvaja & Malmelin 2008, 11–12.)

Yritysten ”demokratisoitumisella” on myös kääntöpuolensa. Yritykset eivät näyttäydypelkästään vaikuttamisen kohteina, vaan myös yhteiskunnan kehitykseen aktiivisesti vaikuttavia toimijoina (Jaatinen 2000, 167). Ne ovat kykeneviä ajamaan omia intressejään poliittisessa päätöksentekojärjestelmässä siinä missä mikä tahansa muukin yhteiskunnan osa. Prosessia voidaan kuvata Eastonin (1957) poliittisen järjestelmän panos–tuotosmallin avulla (Kuvio 3.).



Kuvio 2. Poliittisen järjestelmän panos–tuotosmalli (mukaillen Easton 1957; Paloheimo & Wiberg 2005, 132).

Eastonin (1965) mukaan poliittinen systeemi rakentuu yhteiskunnallisten vuorovaikutussuhteiden järjestelmälle, jonka tuloksena tehdään arvopohjaisesti sitovia päätöksiä

ja pannaan ne täytäntöön. Järjestelmän syötteet ovat sille kohdistettuja vaatimuksia tai sille annettua kannatusta. Yksinkertaistaen mielipiteitä siitä, miten asiat tulisi ratkaista. Poliittisen järjestelmän tehtävä on konvertoida siihen kohdistetut syötteet tuotoksiksi, jotka vastaavat yleisön vaatimuksiin. Tuotosprosessia voidaan tarkentaa palautteen avulla jo prosessin aikana, tai sitten palaute tulee uusien panosten myötä uuteen prosessiin. (Paloheimo & Wiberg 2005, 131–132.)

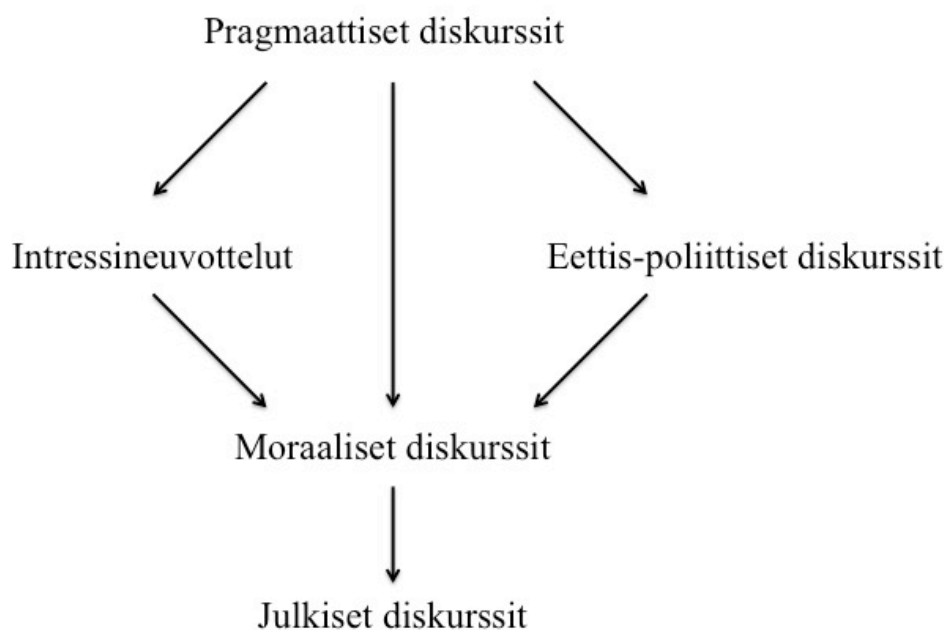
Tämä tutkimus kääntyy Digeserin (1992) vallan kolmansien ja neljänsien kasvojen, eli preferenssien muuttamisen ja vallan häivyttämisestä oikeudeksi ja velvollisuudeksi, puoleen tutkiessaan sitä mitä Wahlroos katsoo puheessaan olevan tavoittelemisen arvoista ja miten hän retoriikallaan yrittää ”myydä” ajatuksensa yhteiskunnan ja erityisesti yhteiskunnallisten vaikuttajien tajuntaan. Kysyttäessä Wahlroos ensin kiistää teoksiensa taustalla olleen mitään tavoitetta (Haastattelu 13.1.2017). Tämän jälkeen Wahlroos kuitenkin vahvistaa käsitystä johtavien poliitikkojen olevan ainakin yksi tärkeä kohde-ryhmä, jonka demokratiaymmärrystä hän toivoisi kirjojensa puhuttelevan ja syventävän:

[...]Mielestäni suomalainen keskustelu julkisesta päätöksenteosta lakia säättävän ja toimeenpanevan vallan suhteesta ja tasavaltalaisesta demokraattisesta päätöksenteosta on niin kehittymätöntä, että melkein hävettää. Sanaa demokratia väärinkäytetään päivittäin niin laajasti, että ihan hirvittää. En halua väittää, että minulla on sille täsmällinen tai parempi määritelmä. Mennään ajassa taaksepäin vuoteen 1917–18, jolloin Ståhlberg kirjoitti meidän alkuperäisen ja hyvän perustuslain. Miksi se oli kirjoitettu sillä lailla? Miksi se jakoi vallan tällä lailla? Miksi yleensäkin valtaa paloitellaan, jaetaan ja rakennetaan, checks and balances, kuten amerikkalaiset sanovat? (Haastattelu 13.1.2017.)

Vallankäytön näkökulmasta tarkasteltuna Wahlroosin ja yleisön välistä asetelmaa voi tulkita siten, että Wahlroosin argumentaation tavoite on vaikuttaa yhteiskunnalliseen keskusteluun ja johtavien poliitikkojen ajatteluun ohjaten tällä tavalla julkista keskustelua ja poliittista päätöksentekoa haluamaansa suuntaan. Tässä mielessä myös vallan toiset kasvot, eli vaihtoehtojen rajoittaminen, tulevat osaksi retoriikan pelikentän kokonaisuutta, sillä runsaasti medianäkyvyyttä nauttiva näkemys saattaa myös sulkea muita näkemyksiä keskustelun ulkopuolelle.

Tämän perusteella Wahlroosin puheessa on havaittavissa kommunikatiivisen rationaalisuuden idean mukainen vallankäyttöön liittyvä – poliittinen – ulottuvuus, ainakin mikäli hyväksymme Uimosen (1992, 104) näkemyksen nykypoliitikasta mediajulkisuudessa verbaalisesti tapahtuvaksi valinnaksi eri vaihtoehtojen välillä. Näkemys on erittäin lähellä Perelmanin (1996, 41) retoriikan määritelmää, joka katsoo retoriikan olevan ennen kaikkea valintaa kielellisten ilmaisuvaihtoehtojen välillä.

Politiikalla ja retoriikalla on siis havaittavissa tieteellisessä keskustelussa määritelmällisellä tasolla kytkös toisiinsa. Siksi on syytä avata politiikan käsitettä retorisen analyysin yhteydessä. Politiikka nähdään usein demokraattisissa yhteiskunnissa, kuten Suomessa, merkitsevän kollektiivista tahdonmuodostusta, jonka lopputuloksena syntyvät kansalaisten käyttäytymistä määrittävät normit, eli lait ja asetukset. Habermasin (1984) demokratiaperiaatteen mukaan vain ne asetukset ja lait ovat legitiimejä, jotka ovat demokratiaperiaatteen mukaan säädettyjä. Kun moraaliperiaate koskee normien moraalista pätevyyttä, demokratiaperiaate vuorostaan koskee lakien ja asetusten legitimiisyyttä. Demokratiaperiaatetta Habermas havainnollistaa niin sanotulla rationaalisen poliittisen tahdonmuodostuksen prosessimallilla (Kuvio 4.). (Huttunen 2014.)



Kuvio 3. Habermasin rationaalisen tahdonmuodostuksen prosessimalli (Huttunen 2014).

Prosessi alkaa *pragmaattisista diskursseista*, joissa pohditaan annettujen tavoitteiden pohjalta käyttökelpoisia tapoja saavuttaa nuo tavoitteet. Tavoitteet asetetaan arvojen pohjalta. Jos annetut tavoitteet osoittautuvat hyväksyttäviksi, toiminta voidaan alistaa suoraan moraalisten diskurssien testiin. Siinä varmistetaan, että edellisissä diskursseissa saadut tulokset eivät ole ristiriidassa moraalin yleistettävyyden vaatimuksen kanssa. (Huttunen 2014.)

Jos tavoitteet osoittautuvat kuitenkin ongelmalliseksi intressiristiriitojen vuoksi, prosessi jatkuu intressineuvotteluilla³, jossa eräänlaisella reilulla kaupanteolla pyritään ratkaisemaan intressiristiriidat. Tällainen toiminta on rajoitettua strategista toimintaa, jossa osapuolet käyttävät puhetta saadakseen aikaan omalta kannaltaan suotuisan neuvottelutuloksen. (Huttunen 2014.)

Pragmaattisista diskursseista voidaan edetä myös eettis-poliittisiin diskursseihin, jos tavoitteiden taustalla olevat arvot osoittautuvat ongelmallisiksi. Tällöin yhteisö joutuu avaamaan keskustelun siitä, mitkä ovat lopulta sellaisia asioita, jotka yhdessä hyväksytään tavoittelemisen arvoisiksi. Tarkoituksena on päästä selvyteen arvoista, joiden kautta ihmiset kokevat kuuluvansa yhteiseen historiallis-ajallis-paikalliseen elämänmuotoon. Eettiset diskurssit tähtäävät yhteisön kollektiivisen itseymmärryksen syventämiseen. (Huttunen 2014.)

Moraalisessa diskurssissa asetetaan edellisissä diskursseissa saavutettu tulos vielä lopulliseen testiin. Tällöin tarkistetaan, voidaanko edellisten diskurssien lopputulos hyväksyä yleisen intressin näkökulmasta – varmistetaan, että saavutettua tulosta voidaan pitää mahdollisimman monen asianosaisen ihmisen intressien suuntaisena loukkaamatta liiaksi kenenkään yksityistä intressiä. Mikäli tulos ei ole hyväksyttävissä yleisen intressin näkökulmasta, toimintanormin taustalla olevia arvoja on arvioitava mahdollisesti uudelleen eettis-poliittisessa diskurssissa ja/tai eri intressiryhmien edut on otettava paremmin huomioon intressineuvottelujen kautta. Mikäli moraalisisessa diskurssissa kuitenkin päädytään siihen, että toimintanormi täyttää yleisen intressin vaatimukset, prosessi etenee juridiseen diskurssiin. Tämä vaihe on asiantuntijoiden kesken käytävä diskurssi, jossa pyritään varmistamaan oikeuden yhtenäisyys, lakien muotoon puettujen ohjelmien sisäinen ristiriidattomuus. (Huttunen 2014.)

Politiikka tunkeutuu habermasilaisen demokratisoitumiskehityksen kautta yhä enenevässä määrin osaksi yritysten arkipäivää sidosryhmäviestintänä muun muassa yhteiskuntavastuu-keskustelun kautta. Siksi politiikkaan liittyvä julkinen keskustelu tulee osaksi myös yritysten ja erityisesti niiden nokkamiesten vaikuttamiskenttää. Wahlroos näyttää tiedostaneen tämän yrityselämän ja muun yhteiskunnan intressien nivoutumisen ja lähestynyt sen sisältämiä riskejä kääntämällä ne mahdollisuuksiksi. Hän on tuonut oman kantansa osaksi julkista keskustelua ja saanut sitä kautta oman viestinsä yhteisuntaan Habermasin esittämän kommunikaatioprosessin kautta.

Wahlroos on tarttunut puheessaan esimerkiksi yrityksille asetettuihin eettisiin vaatimuksiin jo ennen pakottavan lainsäädännön voimaantuloa, mikä voidaan helposti nähdä strategisena toimintana. Tämä on havaittu myös julkisessa keskustelussa, jossa Wahlroos nähdäänkin toisinaan yhtälailla poliittisena keskustelijana kuin yritysjohtajana

³ verfahrensregulierte Verhandlungen

(esim. Rautio 2017). Koska yhteiskunnallinen vaikuttaminen on selkeästi noussut yhdeksi yritysjohtajan tehtävistä on tärkeää analysoida kehitystä myös siltä kantilta, miten yritysjohtajat näkevät yhteiskuntavastuun ja mitä taustaa vasten yhteiskuntavastuusta käytävä metakeskustelu rakentuu.

Vaikka Wahlroos korostaa kirjoissaan esittämiensä näkemysten olevan yksityisajattelua, hänen julkisuudessa rakentunut henkilöbrändinsä ja habituksensa sitovat hänet vahvasti talousliberalistiseen ajattelutapaan, talouseliittiin sekä yrityksiin, joissa hän vaikuttaa. Wahlroosin suhtautuminen asiaan on kuitenkin erittäin mustavalkoinen. Hän katsoo puhuvansa yritysjohtajana vain nimenomaisesti kommentoidessaan edustamiensa yhtiöiden asioita. Hänen kirjoissaan esittämät lausumat eivät siis ole kytköksissä yhtiöiden näkemyksiin. Toisin sanoen Wahlroos erottaa itsensä johtamistaan yhtiöistä logos- tasolla, mutta yhdistää ne itseensä ethoksen tasolla. Tämä tapahtuu hänen molempien teostensa kansilehdissä, jotka ovat *myös*-sanaa lukuun ottamatta identtiset toistensa kanssa:

Björn Wahlroos (s. 1952) on Nordean, Sammon ja UPM-Kymmenen hallitusten puheenjohtaja. Hän on entinen Hankenin kansantaloustieteen professori, vararehtori ja nykyään hallituksen puheenjohtaja. Hän on myös opettanut taloustiedettä amerikkalaisissa yliopistoissa. Pankkiuransa hän on luonut investointipankkitoiminnassa Suomen Yhdyspankissa ja perustamassaan Mandatum & Co:ssa. (Wahlroos 2012 ja 2015, kansilehti.)

Kansilehdissä mainitaan myös hänen akateemiset ja liikemaailmassa saavuttamat meriitit, kuten kansantaloustieteen professuuri, jota yleisesti pidetään oman alansa huipputehtävänä. Esimerkiksi Työ- ja elinkeinotoimiston ylläpitämän Ammattinettisivustolla kuvataan professorin ammattinimikettä seuraavasti:

Yliopistossa professorin tehtävänä on myös toimiminen oman alansa opetuksen ylimpänä kehittäjänä, vaativimman opetuksen antaminen sekä jatko-opiskelijoiden ohjaaminen. Professorit hoitavat myös hallinnollisia johtotehtäviä sekä vaativimpia asiantuntijatehtäviä. (TE-toimisto 2017.)

On huomattavaa, miten laajasti kyseisen ammattinimikkeen kuvauksessa käytetään superlatiiveja, kuten *ylin* ja *vaativin*. Kyseessä on siis selkeästi tehtävä, joka vaatii poikkeuksellista osaamista ja asiantuntemusta ja jonka hoitajan ajatukset ovat varteenotettavia missä tahansa alaan liittyvässä keskustelussa. On ymmärrettävää, että reettori korostaa professorin arvoa omaa eetostaan rakentaessa. Reettoriin uskottavuutta lisätään vielä tuomalla esiin hänen kansainvälistä akateemista uraansa mainitsemalla hänen aikaisemmat positionsa *amerikkalaisissa* yliopistoissa.

Tekstissä viitataan Yhdysvaltojen virallisen nimen sijaan Amerikkaan, vaikka Wahlroosin akateeminen ura sijoittui nimenomaan Yhdysvaltoihin. Amerikka redusoidaan lauseessa siis tarkoittamaan Yhdysvaltoja, vaikka Amerikan mantereilla sijaitsee kymmeniä eri valtioita. Valinta on erikoinen siinä mielessä, että yhdysvaltalaiset yliopistot tunnetaan yleisesti korkeasta laadustaan ja siitä, että niistä on tullut eniten Nobelvoittajia maailman yliopistoista (esim. Times Higher Education 2017). Esimerkkinä mainittakoon Wahlroosin hyvä ystävä, taloustieteilijä Bengt Holmström Massachusetts Institute of Technology (MIT) -yliopistosta (Helsingin Sanomat 10.10.2016). Myös Wahlroosin professuurivaihtoyliopisto University of Brownin taustan omaavia Nobelvoittajia on laskutavasta riippuen saman verran tai enemmän (2–7 kpl) kuin suomalaisia palkinnon saaneita yhteensä (2–5 kpl)⁴ (Nobel-säätiö 2017).. Amerikka-nimityksen käyttämisen taustalla voi olla halu tuoda esiin Yhdysvaltakeskeinen maailmankuva, korostaen globaalin suurvallan mahtia, tai yksinkertaisesti halu kertoa asiasta vähemmän akateemisesti, kansanomaisesti. Ei sovi myöskään unohtaa, että Wahlroos itsekin korostaa yhdysvaltalaisen yliopistojen erinomaisuutta (Wahlroos 2015, 122). Joka tapauksessa jo pelkät kirjojen kansilehtitekstit osoittavat sen, miten paljon retoriikka-analyysin avulla analysoitavia elementtejä on löydettävissä pienestäkin tekstikokonaisuudesta.

Teosten kansilehdet ovatkin valjastettu selkeästi Wahlroosin persoonan esiin tuomiseksi. Niiden tarkoitus vaikuttaisi olevan juuri rektorin ethoksen rakentaminen, sillä kansikuvista ei jää pienintäkään epäselvyyttä lukijalle kuka teosten takana on. Teosten retoriikka alkaakin oikeastaan jo kansilehtien kuvissa tuomalla esiin teosten takana olevan henkilöbrändin.

⁴ Nobel-palkittujen taustan määrittäminen ei ole täysin yksiselitteistä, sillä Nobel-säätiön käyttämän määrittelyn mukaan esimerkiksi Sillanpää, Virtanen ja Granit katsotaan venäläisiksi voittajiksi, sillä heidän synnyinpaikkansa on ollut osa Venäjää heidän synnyinajankohtana. Toisaalta myös Brown Universityn taustan omaavia Nobel-voittajia säätiö katsoo olevan vain Cooper ja Kosterlitz, koska he ovat olleet palkinnon saadessaan Brownin palkkalistoilla. Brown-taustaisia voittajia on kuitenkin yhteensä seitsemän kappaletta. Joka tapauksessa Suomi ja University of Brown ovat suunnilleen samassa mittakaavassa Nobel-voittajien määrässä.

3 KOMPLEKSIINEN YHTEISKUNTAVASTUU

3.1 Yhteiskuntavastuun käsite

Yritysten yhteiskuntavastuu on noussut viimeisten parin vuosikymmenen aikana yhteiskunnalliseen keskusteluun. Taustalla on monien tekijöiden summa, mutta asiaan on voimakkaasti vaikuttanut markkinoiden avautuminen ja tiedonvälityksen kehittymisen ansiosta syntyneet uudet sähköiset sosiaalisen median palvelut, kuten Facebook ja Twitter. Kuluttajien valta suhteessa yrityksiin on kasvanut, kun tuotteiden ja palveluiden tarjoajien määrä on kasvanut ja tieto yrityksen toiminnasta voidaan levittää sekunneissa koko maailmalle, olipa tämä positiivista tai negatiivista. Yritysten on katsottu olevan tilivelvollisia yhteiskuntaa kohtaan ja niiden on ollut pakko nostaa profiiliaan vastuukysymyksissä. Nykyisin yritysvastuuasiat ovatkin nousseet yhdeksi yritysjohtamisen ydinalueeksi perinteisen markkinoinnin, laskentatoimen ja rahoituksen rinnalle (Crane et al. 2013, 2).

Yhteiskuntavastuusta ja maineesta on itse asiassa tullut yritykselle aineeton resurssi fyysisten resurssien joukkoon. Vielä 1990-luvulla resurssiteorian uumoiltiin tulleen tiensä päähän ympäristön kantokyvyn noustua erääksi keskeisimmäksi liikkeenjohdon kysymykseksi. Resurssiteorialle on ominaista, että se näkee yritykset fyysisten resurssien haalijoina ja kuluttajina. Näin ollen resurssikeskeisen liikkeenjohdon lopputuloksena olisi ollut kestävätkö kulutus ja ympäristön väijäämätön pilaantuminen. (esim. Hart 1995.)

Yrityskentän on kuitenkin ollut pakko sopeutua ympäristön asettamiin rajoitteisiin ensinnäkin siksi, että tietoisuus ympäristön kantokyvyn pettämisestä on lisääntynyt, mutta myös sen vuoksi, että kuluttajien vaatimukset yrityksiä kohtaan ovat kasvaneet huomattavasti (Kuvaja & Malmelin 2008, 11–12). Lisäksi kuluttajat ovat vahvempia yrityksiin verrattuna kuin aiemmin nykyisten informaatiokanavien ansiosta, sillä ne kirittävät kilpailua ja lisäävät kuluttajien valinnanmahdollisuuksia markkinoilla (Labrecque et al. 2013). Näin ollen vastuullinen yritys kuva ja muut aineettomat resurssit ovat tulleet yrityksille entistä arvokkaammiksi.

Yritysten yhteiskuntavastuu on käsitteenä moninainen. Yksinkertaisimmillaan yritysten yhteiskuntavastuu voidaan nähdä yritysten tilivelvollisuutena niiden toiminnan negatiivisista ulkoisvaikutuksista (Porter & Kramer 2006, 78). Hieman laajempi tapa hahmottaa yhteiskuntavastuu on ajatus yrityksistä sisäisten ja ulkoisten sidosryhmiensä luonnolliselle ja sosiaaliselle ympäristölle aiheuttamia ulkoisvaikutuksia vapaaehtoisesti harkitsevina toimijoina (Perrini 2006, 306). Ulkoisvaikutusten kohteena voi näin määriteltynä siis olla esimerkiksi ympäristö, sidosryhmä, yhteiskunnan osa tai sen muodostama kokonaisuus. Määritelmää voidaan vielä tarkentaa ottamalla huomioon tahalli-

suusaspektin. Tämä tarkoittaisi sitä, että yritysten ei tule tarkoituksellisesti tehdä mitään mikä vahingoittaisi niiden sidosryhmiä ja lopettaa vahingollinen toiminta heti, mikäli sitä on tapahtunut (Campbell 2007, 951).

Ulkoisvaikutusten kohteiden monimuotoisuus tekee yhteiskuntavastuusta kompleksisen. Toisinaan vastuullisuus yhdessä asiassa voi aiheuttaa vastuuttomuutta toisessa asiassa. Eteen voi tulla esimerkiksi tilanne, jossa yrityksen ympäristöstandardien nostaminen vähentää sen kykyä työllistää, mikä johtaa irtisanomisiin ja ainakin lyhyellä aikavälillä yhteiskunnan kokonaishyvinvoinnin laskuun. Mikä sidosryhmä tai intressi ajaa tällöin toisen ohi? Yhtä oikeaa vastausta ei luonnollisesti vastuukysymyksissä aina ole, mikä tekee yritysten yhteiskuntavastuusta kontekstiin ja kulttuuriin sidotun käsitteen. (Matten & Moon 2008, 407.)

Lopulta yritysten yhteiskuntavastuu voidaan nähdä yritysten ja yhteiskunnan välisenä keskinäisriippuvuutena, jolloin yritysten tavoitteeksi tulee ”jaetun arvon” luominen tavalla, joka vastaa yhteiskunnan odotuksia (Wood 1991, 693–694). Tässä mallissa yritys luo taloudellisen arvon lisäksi tietoisesti myös yhteiskunnallista arvoa vastaten yhteiskunnassa vallitseviin tarpeisiin ja haasteisiin (Porter & Kramer 2011, 64). Yhteiskuntavastuu jaetun arvon luomisena liittyy yritykset omasta kuplastaan kiinteäksi osaksi yhteiskuntaa, mikä mahdollistaa yhteiskuntavastuun tutkimuksen yritysten pyrkimyksenä tuottaa toiminnallaan yhteiskunnallista lisäarvoa taloudellisen arvon ohessa (Ibid. 77). Lainsäädäntö ei aina pysty tyhjentävästi vastaamaan kansalaisten käsityksiin arvokysymyksissä (Herne 2012, 14). Tämän vuoksi yrityksen tuottama yhteiskunnallinen lisäarvo määritellään lopulta markkinoilla, jossa kuluttajat valinnoillaan ratkaisevat minkälaisilla arvoilla yritykset menestyvät.

Kuluttajien valinnat pohjautuvat puolestaan nykyisin yhä enemmän ”psykologiseen sopimukseen”, jonka toisena osapuolena on kansalaisten edustama arvoyhteisö, joka asettaa odotuksia sopimuksen toisen osapuolen – eli yritysten – toiminnalle yhteiskunnassa. Ihmiset haluavat elää yhteistyöhön perustuvassa yhteiskunnassa, jonka ympäristö on puhdas ja turvallinen – sellainen, jossa he voivat nauttia perhe-elämästä, työskennellä, vaurastua ja tulla toimeen. Näiden kaltaiset perustavanlaatuiset jaetut arvot näyttäisivät muodostavan pohjan kansalaisten yrityksille kohdistamista odotuksista. (Burke 1999, 5–6.)

Arvot saattavat kuitenkin olla tulkinnanvaraisia ja toisinaan myös keskenään ristiriitaisia. Tämän vuoksi ne eivät siis voi täysin määrittää yhteiskunnallista elämää, vaan niiden pohjalle tarvitaan pakottava lainsäädäntö, joka määrittää sen mikä yhteiskunnassa viime kädessä on sallittua ja mikä ei. Demokratiaan sisäänrakennetun logiikan mukaisesti lainsäädäntö heijastaa kansalaisten käsityksiä moraalista, sillä he ovat valinneet lainsäätäjät.

Lainsäätäjien tehtävä on toisinaan säätää lakeja myös sellaisille yhteiskunnan osaluueille, jotka ovat vasta arvojen ja moraalikäsitteiden tasolla. Tällainen yhteiskunnalli-

nen osa-alue on muun muassa yritysten yhteiskuntavastuu, josta EU on antanut direktiivin implementoitavaksi viimeistään vuoden 2016 loppuun mennessä. Direktiivit ovat lainsäädäntöä, jonka jäsenvaltiot saavat implementoida kansallisesti parhaaksi katsomallaan tavalla direktiivin viitekehyksen puitteissa. Tämä puolestaan tarkoittaa sitä, että suomalaiset lainsäätäjät ovat vuosien 2013–2016 aikana joutuneet muodostamaan näkemyksen siitä mitä yhteiskuntavastuu on ja miten se pitäisi implementoida suomalaisessa lainsäädännössä. Tämä aikaikkunan puitteissa käydyn parlamentaarisen päätöksentekoprosessin kautta lainsäädäntö on lopulta muotoutunut. Kyseinen lainsäädäntö vaikuttaa myös siihen kuinka raskaat yhteiskuntavastuun raportointi- ja seurantavelvoitteet yrityksille määrätään. Yrityksen kilpailukyvyistä huolestuneena johtajana olisi houkuttelevaa pyrkiä vaikuttamaan siihen, että velvoitteista tulisi mahdollisimman kevyet.

Yhteisöjen ja yritysten välinen luottamus ja ajettu visio ovat kokeneet merkittävän muutoksen viime aikoina, mikä on johtanut uusiin yritysvastuun vaatimuksiin yhteisöjen taholta. Yritykset ovat puolestaan kokeneet tämän hankalaksi, kun ne ovat samaan aikaan altistuneet entistä voimakkaammalle kansainväliselle kilpailulle. Globalisaatio vaikuttaisikin olevan yhteisöjen ja yritysten intressejä eriyttävä voima, joka nakertaa näiden välistä psykologista sopimusta. (Burke 1999, 9.)

Intressien erkaneminen johtuu siis siitä, että globalisaatiolla on taipumus vapauttaa yritysten mahdollisuuksia tehdä kilpailukykyä parantavia manöövereitä, kuten tuotannon siirroksia edullisempien ja vähemmän säädeltyjen työmarkkinoiden maihin. Psykologisen sopimuksen ristiriita muodostuu näin ollen yritysten kilpailukyvyn ja yhteiskuntien välille. Wahlroosin argumentaation keskeisenä teemana näyttäisi olevan osoittaa, että vapaat markkinat ovat paitsi yritysten myös yhteiskuntien etu (esim. Wahlroos 2013, 9–10 ja Wahlroos 2015, 13–19). Vaikuttaisi siltä, että vastuullisuus näyttäytyy Wahlroosille enemmän lakien noudattamisena kuin mahdollisuutena edistää kilpailukykyä. Hän ei silti sulje pois sitä mahdollisuutta, että vastuullisuus voisi olla yritykselle kilpailuetu – se kuitenkin määritellään markkinoilla.

3.2 Yhteiskuntavastuusta argumentoiminen

Tämän tutkimuksen peruslähtökohta on, että yhteiskuntaa koskevat väittämät perustellaan retorisin keinoin, koska demokraattisessa yhteiskunnassa tehokkaat väittämät saavat sen jäsenet kokemaan perusteltavan asian yleisesti hyväksyttäväksi ja oikeutetuksi, eli legitiimiksi. Tutkimuksessa tarkastellaan minkälaisilla perusteluilla Wahlroos viestii oman käsityksensä yhteiskunnasta olevan vastuullista ja hyväksyttävää. Legitiimiys ei ole suoraviivainen käsite. Yksi asia voidaan yhteiskunnassa kokea legitiiminä eri perustein kuin toinen. Suomessa esimerkiksi ei yleisesti ottaen hyväksytä ihmisten asettamista eriarvoiseen asemaan vaikkapa sukupuolen perusteella, mutta silti suomalaisella ase-

velvollisuusjärjestelmällä on takanaan vahva legitimitetti, vaikka se velvoittaa vain miehiä (esim. Puolustusministeriö 2013). Tästä syystä retoriikan merkitys osana yhteiskuntavastuun argumentointia korostuu, sillä sen sisällöstä ei ole tyhjentävää lainsäädäntöä ja Aristoteleen (Aristoteles 1997, 13) mukaan retoriikan maaperä on otollisinta siellä missä ei ole saavutettavissa yhtä varmaa totuutta.

Yhteiskuntavastuu ja legitimitetti kietoutuvat erottamattomasti toisiinsa. Legitimiteetti on käsitteenä kiistanalainen ja sen määrittelystä on käyty organisaatioteorian puitteissa keskustelua jo 1970-luvulta lähtien. Legitimitaatio voidaan määritellä yhtäältä prosessiksi, jolla organisaatio perustelee viiteryhmilleen olemassaolonsa (esim. Maurer 1971). Toisaalta se voidaan nähdä kulttuurisena sopeutumisena ja sosiaalisesti hyväksyttävänä käyttäytymisenä (esim. Dowling & Pfeffer 1975), mutta myös näiden kahden määritelmän synteesinä muodostuvaksi kokonaisuudeksi (esim. Suchman 1995, 574). Tässä tutkimuksessa nojaututaan Suchmanin (1995) näkemykseen, jonka mukaan legitimitetti on yleinen oletus tai käsitys, että toimijan toimet ovat toivottuja, oikeamielisiä tai soveliaita tietyssä normeihin, arvoihin, uskomuksiin ja määritelmiin perustuvassa sosiaalisesti rakennetussa järjestelmässä.

Argumentaatio ei tapahdu koskaan tyhjiössä, vaan viestinnällisten strategioiden valintaan vaikuttaa se, kenelle puhuja osoittaa puheensa, milloin hän puhuu ja millaisessa foorumissa hän viestinsä julkaisee (Perelman 1977, 16–27). Argumentaation tavoitteena katsotaan olevan kannatuksen hankkiminen omalle näkemykselle kohdeyleisön mielissä, eli legitimoida esitetyt ajatukset kollektiivisesti, muttei välttämättä yksilötasolla (Suchman 1995, 574). Yleisöllä, jolle puhe kohdennetaan on siis merkitystä.

Wahlroos kertoo ilmaisevansa kirjoissaan ajatuksiaan yksityishenkilönä, mutta silti hänen teoksiensa kansilehdissä mainitaan hänen yrityselämän kytköksensä. Markkinat ja Demokratia -teoksen kansilehdessä kerrotaan suoraan hänen positionsa Nordean, Sammon ja UPM-Kymmenen hallitusten puheenjohtajana, mutta Talouden kymmenen tuhoisinta ajatusta -teoksen takakannessa on vain irrallinen lause ”Useimmat Nordean hallituksessa luulivat, että minä laskin leikkiä”, joka viittaa Wahlroosin ehdotukseen asettaa asiakkaiden tileille negatiiviset korot. Tämä on omiaan antamaan kirjaa pinta-puolisesti tarkastelevalle potentiaaliselle lukijalle viestin kirjailijan yrityskytköksistä. Kirjan ulkoasun vihjeet johtavat tarkastelijaa kuitenkin harhaan siinä mielessä, että Wahlroos itse katsoo kirjoittavansa vain ja ainoastaan yksityishenkilönä (Haastattelu 13.1.2017).

Jälkimmäisen teoksen kannen suunnittelusta on vastannut kirjan tekijätietojen mukaan Anna Lehtonen, mutta ensimmäisen teoksen kannen suunnittelijasta ei löydy merkintää kirjan tiedoissa. Oletettavasti ne on kuitenkin hyväksytetty kirjailijalla ennen julkaisua. Tämän perusteella voidaan nähdä, että kansissa halutaan luoda yritysjohtajan eetos, vaikka ajatukset, eli logos ovatkin kirjailijan yksityistä ajattelua. Kirjat eivät siis edusta Wahlroosin johtamien yritysten näkemyksiä, vaan ne ilmentävät hänen henkilö-

kohtaista ajatteluaan. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä, etteikö teoksissa hyödynnettäisi yritysjohtajan eetosta, vaikkei hän nimenomaisesti johtamiensa yritysten nimissä kirjoittaisikaan.

3.3 Yhteiskuntavastuu lainsäädännössä Wahlroosin näkökulmasta

Viime vuosina suomalainen lainsäädäntö on omaksunut yhä enenevässä määrin yritysten yhteiskuntavastuuseen liittyvää regulaatiota. Yhteiskuntavastuuta on tuotu suomalaiseen lainsäädäntöön EU:n tasolta ja viimeisin direktiivi siihen liittyen on vuonna 2013 säädetty *direktiivi tietyntyyppisten yritysten vuositilinpäätöksistä, konsernitilinpäätöksistä ja niihin liittyvistä toimintakertomuksista* (EU 2013). Sen artikla 19 a: *Muita kuin taloudellisia tietoja koskeva selvitys* määrittää yritysten yhteiskuntavastuun osa-alueet seuraavasti:

Suurten yritysten, jotka ovat yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä ja jotka täyttävät tilinpäätöspäivinä kriteerin, jonka mukaan niiden työntekijämäärä tilikauden aikana on keskimäärin 500, on sisällytettävä toimintakertomukseen muita kuin taloudellisia tietoja koskeva selvitys, joka sisältää yrityksen kehityksen, tuloksen, aseman ja sen toiminnan aiheuttamien vaikutusten ymmärtämisen edellyttämässä laajuudessa tietoja vähintään ympäristöasioista, sosiaalisista ja työntekijöihin liittyvistä seikoista, ihmisoikeuksien kunnioittamisesta sekä korruption ja lahjonnan torjuntaan liittyvistä seikoista. (EU 2013, art. 19 a.)

Direktiivi määrittää yhteiskuntavastuun osa-alueet juridisessa mielessä. Määritelmä ei ole kuitenkaan kovin tarkkarajainen, vaan se jättää toisaalta kansallisille jurisdiktoille ja toisaalta yrityksille vapauden soveltaa käsitteitä. Tilanne ei kuitenkaan ole oikeudenkäytön kannalta dramaattinen, sillä direktiivi luo yrityksille velvoitteita yhteiskuntavastuun osa-alueilla ainoastaan raportoinnin suhteen. Wahlroos näkee, että se ei määritä yrityksille raportoinnin lisäksi mainittavia toimenpiteitä, eikä näin ollen muodosta niille suuria rasitteita.

[...] Normistoa seuraava yhteiskuntavastuun kantaminen lisää jonkin verran yhtiön kustannuksia, mutta en väittäisi sen olevan materiaalista. Kun olen argumentoinut kirjoissa tai julkisuudessa periaatteellisella tasolla vähän toiseen suuntaan tai olen suhtautunut kriittisesti yhteiskuntavastuu-käsitteeseen ja sen soveltamiseen, niin huoleni ei ole ollut sen käytännön implikaatiot nykyisellä implementaatiotasolla, vaan huoleni on itse käsite. Mielestäni yhteiskunnan työnjaosta ja yhteiskunnan yritykselle ja yksilöille asettamista rajoitteista pitää

pääsääntöisesti säätää lailla. On liian helppoa väittää, että jokin vaatimus vain siksi, että se on esiintynyt kaksi kertaa Helsingin Sanomien pääkirjoitussivulla on muodostunut normiksi. Normeja ei synnytetä ihan niin helpolla kuin yhteiskunnallinen keskustelu antaa ymmärtää. (Haastattelu 13.1.2017.)

Wahlroos ei siis näe niinkään nykyisen yhteiskuntavastuuseen liittyvän sääntelyn olevan ongelmallista, vaan hän on kertoo olevansa suhteellisen tyytyväinen direktiivin sisältöön:

Jos se mielletään suurin piirtein näiden pohjalta, niin se on mielestäni aikalailla ok. Kysehän on lähinnä tiedon antamisesta. Meillä on monenlaisia tiedonantovelvoitteita, jotka perustuvat arvopapereiden kauppaan ja kauppapaikkojen edellyttämään avoimuuteen, eikö totta? Meidän tulee raportoida taloudellisesta menestyksestämme puolivuositain ja vuosittain tilintarkastaa. Meidän pitää erinomaisen tarkkaan julkistaa päätöksiä heti kun ne on tehty ja meidän pitää julkistaa tietyissä tapauksissa myös niistä seuraavia asioita ja näin päin pois. Jos tätä tiedonantovelvoitetta halutaan laajentaa, niin se on pragmaattinen kysymys, jota en pidä periaatteellisella tasolla vääränä tai loukkaavana. Jossain vaiheessa tietenkin täytyy aina kantaa huolta siitä, että se mitä tämä julkistamisvelvollisuus pitää sisällään on käytännön kautta tarpeeksi täsmällisesti määritelly, ettei synny väärinkäsityksiä ja riitoja. Tämä on oikeastaan vain transparenssivaatimuksen laajentamista. Oikeastaan vastaan tulee ongelma vasta siinä vaiheessa kun tullaan lähelle jotain mitä voi mieltää liikesalaisuuksiksi. Yhteiskuntavastuuasiassa ei olla lähelläkään sitä.

[...] Ymmärrän hyvin jos metsäteollisuusyhtiöltä edellytetään raportointia siitä millä lailla toimitaan esimerkiksi uusiutuvien luonnonvarojen – metsän ja energian kanssa; miten hakkuut järjestetään. Mielestäni on luonnollista, että osakkeenomistajilla ja yhteiskunnalla on oikeus saada tietoa tästä. (Haastattelu 13.1.2017.)

Wahlroosin huolet kohdentuvat siis lisääntyvän raportoinnin tuottaman läpinäkyvyyden riskeihin yrityssalaisuuksille siinä määrin kuin ne koskevat yritysten taloudellisia tietoja. Tältä pohjalta voidaan kutakuinkin todeta, että yhteiskuntavastuun jännite Wahlroosin ajattelussa ja sitä heijastavassa puheessa rakentuu ennemminkin käsitteellisellä, kuin lainsäädännöllisellä tasolla.

3.4 Yhteiskuntavastuu tieteellisessä keskustelussa

Yritysten yhteiskuntavastuu on terminä melko uusi. Se omaksuttiin liiketaloustieteellisessä keskustelussa toden teolla 1990-luvulla, jolloin yhteiskuntavastuu korvasi pitkälti yritysetiikka -termin, jota oltiin käytetty vastaavana käsitteenä etenkin 1980-luvulla. Termi ympäristöjohtaminen eli 1990-luvun ajan yhteiskuntavastuun rinnalla, mutta 2000-luvun alussa termit lähenivät toisiaan siinä määrin, että niihin on alettu viittaa maan yhteisellä termillä *vastuullinen liiketoiminta* (*responsible business*). Yhteiskuntavastuu on käsitteenä säilynyt myös keskustelussa, johtuen ehkä siitä, että yhteiskuntavastuujohtaja istuu paremmin virkanimikkeeksi kuin vastuullisen liiketoiminnan johtaja, sillä kyseinen titteli saattaisi herättää kysymyksiä siitä, mitä ja keitä ovat epävastuullisen liiketoiminnan johtajat. (Kallio & Nurmi 2005, 5–6.)

Tässä tutkimuksessa vastuullinen liiketoiminta ja yrityksen yhteiskuntavastuu rinnastetaan sisällöllisesti keskenään, sillä tieteenalan sisäinen keskustelu ei tunnista eroa käsitteiden välillä. Nykyisin Euroopan komission muotoilua yritys vastuusta käytetään yleisesti käsitteen hyväksyttynä määritelmänä. Kyseisen määritelmän mukaan vastuullinen yritys sisällyttää liiketoimintaansa yhteiskunnan ja ympäristön hyvinvointiin liittyviä näkökohtia ja on vuorovaikutuksessa sidosryhmiensä kanssa. Määritelmässä korostetaan vastuullisuustoimien vapaaehtoisuutta ja niiden yhdenmukaisuutta yrityksen voitontavoittelun kanssa. Lain noudattamisen lisäksi vastuullisen liiketoiminnan katsotaan sisältävän käytännön toimia ihmisten ja ympäristön hyväksi. (esim. Joutsenvirta et al. 2011, 14–15 ja Harmaala & Jallinoja 2012, 16.)

Yleinen määritelmä on kuitenkin vuosia jatkuneen käsitteellisen debatin tulos, eikä siitä nykyisinkään vallitse täyttä yksimielisyyttä. Yhteiskuntavastuu saatetaan edelleen nähdä yrityksen maineenhallintana ja pahimmillaan jopa viherpesuna⁵, eikä niinkään konkreettisina toimenpiteinä sidosryhmien huomioimiseksi (esim. Suchman 1995, ja Porter & Kramer 2011). Silti käsitteitä käytetään yhteismitallisesti yhä useammassa yhteydessä (Kallio & Nurmi 2005 ja Kuvaja & Malmelin 2008). Epäselvyyksien välttämiseksi niitä ei eroteta myöskään tässä tutkimuksessa.

Vastuullisen liiketoiminnan käsitettä on alan tieteellisessä keskustelussa haastettu ja kritisoitu, eikä debatti tule varmasti koskaan päätökseen liike-elämän jatkuvan muutoksen vuoksi. Käsite itsessään on problemaattinen ja sisäisesti ristiriitainen, sillä se yhdistää puhtaaksi omaneduntavoitteluksi käsitetyn kilpailevan liiketoiminnan vastuullisuuteen, eli jonkinlaiseen altruistisuuteen ja yhteisen hyvän tavoitteluun. Moraalin ei yksinkertaisesti ole katsottu kuuluvan osaksi liiketoiminnan ilmiömaailmaan ja siksi liiketoiminta ollaan nähty amoraaliseksi elämänalueeksi. (Kallio & Nurmi 2005, 7–8.)

⁵ Viherpesulla tarkoitetaan viestintää, joka johtaa sidosryhmiä harhaan esittämällä yrityksen perusteettomasti vastuulliseksi (esim. Kuvaja & Malmelin 2008, 38).

Vastuullisen liiketoiminnan käsite on ristiriidassa myös perinteisen käsityksen kanssa siitä mikä on yrityksen tarkoitus, joka usein on nähty olevan voiton tuottaminen omistajilleen. Osakeyhtiölainsäädännössä yhtiön tarkoituksesta säädetään kuitenkin, että yhtiön toiminnan tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin (Finlex 624/2006, 5 §). Lainsäädäntö siis katsoo, että yhtiö voi yhtiöjärjestyksessään määrätä toiminnalleen jonkin muun tarkoituksen kuin voiton tuottamisen omistajilleen. Yhtiö ei siis ole laillisesti pakotettu osakkeenomistajien tuottoautomaatiksi.

Käsitys yrityksen tarkoituksesta on viime vuosien saatossa monimutkaistunut ja voiton tuottamisen rinnalle on noussut muitakin arvoja, joita yrityksen tulisi edistää. Taus-talla on käsitys, jonka mukaan liike-elämä ei elä omassa amoraalisessa tyhjiössään eril-lään muusta yhteiskunnasta. Liike-elämä nähdään nykyisin kiinteänä osana muuta yh-teiskuntaa, minkä vuoksi yhteiskunnassa vallitsevat lakiin kirjaamattomat moraalिनor-mit velvoittavat myös yrityksiä. (Kallio & Nurmi 2005, 8.)

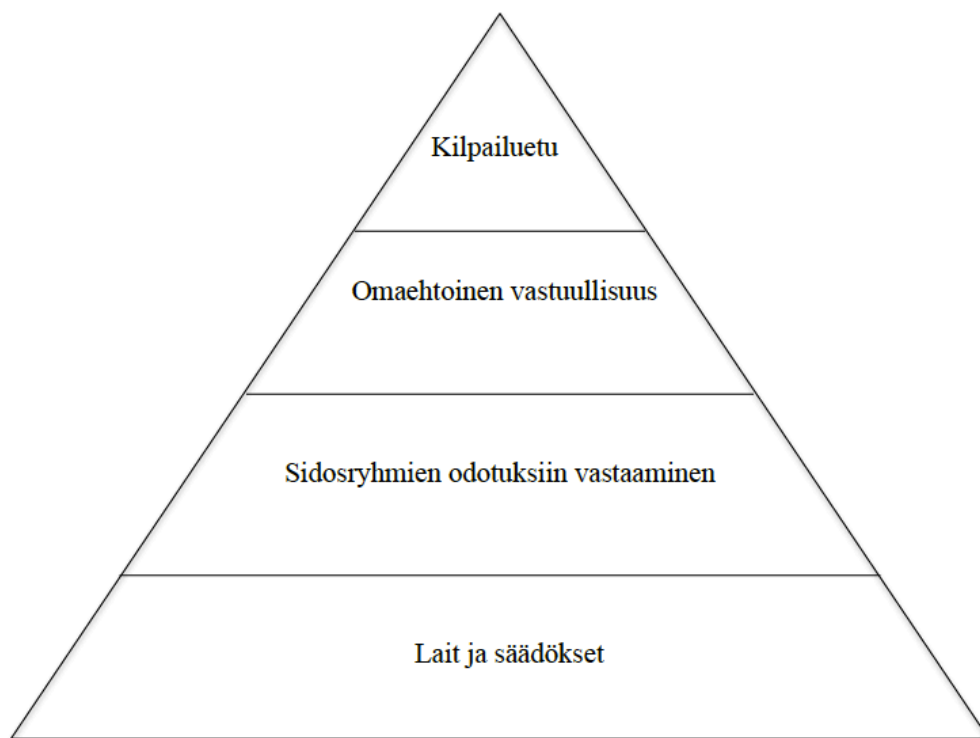
Ajatus toimii valtioiden tasolla, muttei niinkään enää kansainvälistyvillä markkinoil-la, jossa toimijat voivat tarvittaessa ”äänestää jaloillaan”, kuten Wahlroos (2012, 373) asian ilmaisee, ja vaihtaa asemapaikkaansa. Aivan kuten Nordea tällä hetkellä harkitsee pääkonttorinsa muuttamista Tukholmasta Ruotsin pankkilainsäädännössä tapahtuvien muutosten vuoksi. Toisaalta, tämä ei auta yritystä siinä tapauksessa, jos kansainvälinen yhteisö kykenee luomaan yrityksiä sitovia kansainvälisiä normeja, mikä tähän asti on ollut sille erittäin vaikeaa.

Toinen vaihtoehto on vaikuttaa yrityksiin kysynnän kautta, eli toisin sanoen kulutus-käyttäytymisen avulla. Tämä on nykyisin myös helpompaa uusien viestintäkanavien ansiosta, sillä yrityksen vastuuton käytös tulee sosiaalisessa mediassa miljoonien kulut-tajien tietoisuuteen minuuteissa, mikä on omiaan vaikuttamaan kuluttajien ostokäyttä-ytymiseen. Huono maine vaikuttaa suoraan vastuuttomaksi leimatun yrityksen kykyyn tuottaa omistajilleen arvoa, jos kuluttajat päättävät joukolla boikotoida sen tuotteita tai palveluita. Siksi yrityksen on nykyisin mukauduttava yhteiskunnassa vallitseviin moraa-likäsityksiin yhä enenevässä määrin.

Brändin arvo voidaan nykyisin myös määrittää johdonmukaisella tavalla hyödyntäen kansainvälistä ISO 10668:2010 -standardia (ISO 2010). Hyvänä esimerkkinä brändiar-von heikentymisestä käy tapaus, jossa saksalaisen autojätti Volkswagen oli manipuloi-nut valmistamiensa autojen päästötestejä. Asian paljastuttua Volkswagen joutui suuriin maineongelmiin, jolla oli suoria negatiivisia vaikutuksia sen taloudelliseen asemaan, mutta myös sen brändiin. Talouslehti Forbesin vuotuisessa brändiarvolistauksessa Volkswagenin sijoitus oli pudonnut kymmenen sijaa ja sen brändiarvo oli heikentynyt viisi prosenttia, mikä tarkoittaa sen taseessa noin 400 miljoonan dollarin arvon vähen-nystä (Forbes 2016). Brändi ja maine eivät siis ole taloudellisesti merkityksettömiä seikkoja yrityksen toiminnassa myöskään siinä tapauksessa, että yrityksen tarkoitus

nähtäisiin ainoastaan tuottaa voittoa omistajilleen. Tästä syystä nykyisillä markkinoilla vastuullinen liiketoiminta tunnistetaan yhdeksi kriittiseksi kilpailutekijäksi, jolla yritys voi hankkia kilpailuetua.

Ei ole kuitenkaan itsestään selvää, että yritykset tunnistavat vastuullisuuden kilpailutekijäksi, vaikka nykyisin yhä useampi yritys kiinnittää huomiota näihin kysymyksiin. Yritysten suhtautumista vastuullisuuskysymyksiin voidaan tutkia esimerkiksi Koivuporras (2005, 60–61) jaottelulla, jossa yhteiskuntavastuun toteutumista yrityksissä tarkastellaan neliportaisella asteikolla (kuvio 1.). Alimman tason muodostavat lait ja säädökset, seuraavan sidosryhmien odotuksiin vastaaminen, kolmannen omaehtoinen vastuullisuus ja ylimmän kilpailuetu.



Kuvio 4. Yhteiskuntavastuun toteuttamisen tasot (Koivuporras 2005, 61; Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto 2001).

Ensimmäisellä tasolla olevat yritykset noudattavat lakeja ja säädöksiä, mutta eivät ole valmiita huomioimaan eettisiä linjauksia liiketoiminnassaan sen laajemmin. Tälle portaalte yltävät käytännössä kaikki suomalaiset yritykset, sillä lakien ja säädösten noudattaminen on edellytys liiketoiminnan jatkumiselle. Mikäli yritys laiminlyö niiden noudattamisen, viranomaiset pakkokeinoineen puuttuvat yrityksen toimintaan joko pakottamalla sen toimet yhteensopivaksi lainsäädännön kanssa tai lopettamalla yrityksen toiminnan. Toisella tasolla olevat yritykset huomioivat toiminnassaan lisäksi myös sidosryhmänsä ja niiden odotukset pyrkien vastaamaan niihin mahdollisimman hyvin.

Sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi niiden asiakkaat, rahoittajat, omistajat ja henkilöstö. (Koivuporras 2005, 61.)

Kolmannella portaalla olevat yritykset kantavat vastuuta yhteiskunnasta omaaloitteisesti esimerkiksi ympäristöjärjestelmien avulla. Tällaiset yritykset haluavat tietoisesti kantaa oman kortensa kekoon yhteiskunnan hyvinvoinnin edistämiseksi. Ylimmällä portaalla vastuunkantamisesta on pystytty luomaan kilpailuetu. Vastuullisuus on osa yrityksen toimintatapoja ja jokapäiväistä työtä. Vastuullisuus-teemaa käytetään esimerkiksi markkinointiviestinnässä ja yrityksen toimintojen vaikutuksia arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti. (Koivuporras 2005, 61.)

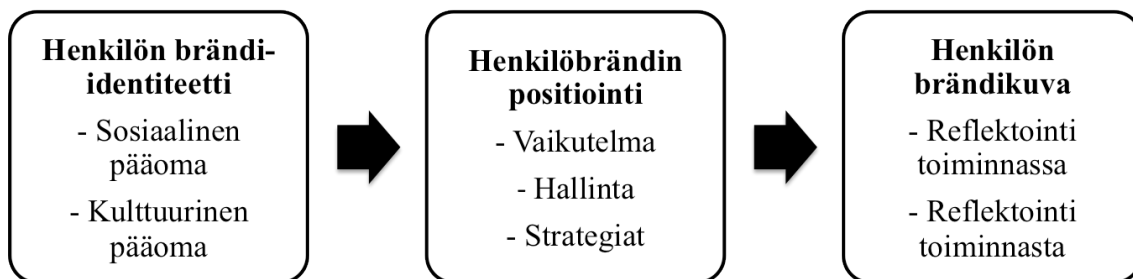
Asteikon alin taso yhdistyy yhteiskuntavastuun amoraaliseen käsitykseen, jossa yritys ulkoistaa vastuukysymykset lainsäätäjälle ja katsoo yritysvastuun ulottuvan vain niin pitkälle kuin laki edellyttää (esim. Piker 2002, 337). Asteikon toisella tasolla yrityksen vastuullisuusajattelu ulottuu sidosryhmien tasolle. Tämän tason laajuus riippuu siitä, mitkä tahot yritys katsoo sidosryhmikseen, eli rajaako se ne ainoastaan porterilaisittain (2008) liiketoimintasuhteisiin, kuten asiakkaisiin, tavarantoimittajiin ja kilpailijoihin, vai sisällyttääkö se myös ympäröivän yhteisön, kuten kansalaisjärjestöt, lähialueen asukkaat ja niiden kautta myös ympäristön sidosryhmiksensä, kuten Burke (1999) sekä Harmaala ja Jallinoja (2012, 65) ne käsittävät. Kolmannella tasolla yritykset ja erityisesti niiden johto näkevät yrityksellä olevan ympäröivää yhteisöä kohtaan moraalisia velvoitteita, jotka ne omaehtoisesti haluavat täyttää, vaikkei niitä pakottavalla tavalla edellytettäisi (Crane 2000, 686). Tällaisilla yrityksillä on aito motivaatio vastuullisuuteen ja niiden arvot ovat myös linjassa toimien kanssa (Harmaala & Jallinoja 2012, 71). Neljännellä tasolla itse asetetut moraaliset velvoitteet nähdään yrityksessä kilpailueduksi ja paremman liiketoiminnan osaksi (Maignan et al. 2005 ja Saeidi et al. 2015).

Yhteiskuntavastuuseen liittyvä jännite rakentuu siis amoraalisen ja moraalisen liiketoimintakäsityksen välille. Kysymys kiteytyy viime kädessä siihen miten yritysjohto suhtautuu yhteiskuntavastuuseen, eli näkeekö se liiketoiminnan amoraalisena vai moraalisenä alustana. Johdon sitoutuminen ja viestintä ovat ratkaisevia tekijöitä yrityksen suhtautumisen rakentumisessa yhteiskuntavastuukysymyksiä kohtaan, mikä vaikuttaa myös siihen miten sidosryhmät näkevät ja kokevat yrityksen asemoitumisen vastuullisuuskysymyksissä (Kuvaja & Malmelin 2008, 14).

4 BJÖRN WAHLROOSIN RETORIikka

4.1 Henkilöbrändi ethoksen rakentajana

Khedherin (2015, 19) mukaan henkilöbrändin rakentaminen koostuu kolmivaiheisesta prosessista (Kuvio 5.). Ensimmäisessä vaiheessa luodaan brändi-identiteetti investoimalla sosiaaliseen ja kulttuuriseen pääomaan tietyllä sosiaalisella kentällä. Toisessa vaiheessa henkilöbrändi positioidaan luomalla ja hallitsemalla vaikutelmia itsestä verbaalisilla ja ei-verbaalisilla strategioilla. Kolmas vaihe on brändikuvan vahvistaminen oman toiminnan tarkkailulla ja reflektoinnilla.



Kuvio 5. Henkilöbrändin rakentumisprosessi (Khedher 2015, 21 suom. tutkija).

Khedherin prosessi perustuu Bourdieun käsitykseen sosiaalisesta ja kulttuurisesta pääomasta, jota yksilö voi hyödyntää omassa sosiaalisessa kentässään konvertoimalla eri pääoman muotoja toisiksi. Kulttuurisen pääoman avulla voidaan tuottaa sosiaalista pääomaa ja sosiaalisen pääoman avulla taloudellista pääomaa, jonka avulla taas voidaan tuottaa kulttuurista pääomaa ja niin edelleen. (Bourdieu 1986.)

Bourdieu (1986) mukaan kulttuurinen pääoma ilmenee kolmella tavalla:

1. Hankittuna pääomana; oppimisprosessien kautta tuotetun mielen ja kehon muodostaman kokonaisuuden ominaisuutena.
2. Kulttuuriobjekteina, kuten kirjallisuutena, maalauksina, musiikkitalenteina ja muina teoksina.
3. Institutionaalisenä asemana, kuten koulutuksellisinä meriitteinä tai yhteiskunnallisena arvostuksena.

Sosiaalinen pääoma puolestaan koostuu enemmän tai vähemmän institutionalisoitujen suhteiden ja tuttavuuksien verkostosta, jonka jäsenet tunnustavat toisensa luoden samalla tietyn statuksen sekä itselleen että toisilleen. Keinoja tunnustamisen välittämi-

seksi voi olla esimerkiksi sukunimi, kuuluminen tiettyyn yhteisöön, kuten vuosikurssiin tai järjestöön. Sosiaalisen pääoman muodostavat ryhmät eivät ole erotettavissa objektiivisesta läheisyydestä, kuten fyysisestä, sosiaalisesta ja taloudellisesta tilasta. Sosiaalisen pääoman määrä riippuu siis verkoston koosta, jonka yksilö pystyy mobilisoimaan taakseen, sekä verkoston edustaman taloudellisen ja kulttuurisen pääoman määrästä. (Bourdieu 1986.)

Bourdieu (1986) katsoo inhimillisen toiminnan tapahtuvan sosiaalisissa kentissä, joissa eri pääoman muodot toimivat resursseina, eli vaihdannan välineinä. Eri pääoman muodolla on eri arvo eri kentällä. Rahalla voi ostaa pääsyn suosikkibändin takahuoneeseen, mutta eksklusiiviseen herrakerhoon pääseminen saattaa edellyttää taloudellisen aseman lisäksi kerhon jäsenten tuntemista ja luottamusta, eli sosiaalista pääomaa. Bourdieun mukaan yksilö rakentuu sosiaalisesti pääomien kautta, jotka muodostavat niin sanotun *habituksen*, joka tässä tutkimuksessa rinnastetaan vahvasti henkilöbrändiin. Habitusta on vaikea suoraan kääntää suomeksi, mutta sitä on kuvattu yksilön suuntautumis- ja toimintatavoiksi, jotka vaikuttavat hänen valintoihinsa (Roos 2014, 1). Retoriikka on puolestaan alituista valintojen tekemistä eri ilmaisutapojen ja argumentaation välillä (Perelman 1996, 41–42). Tämä tarkoittaa sitä, että henkilön käyttämä retoriikka on syvällisellä tasolla ja erottamattomasti kytketty reettorin habitukseen ja henkilöbrändiin.

Bourdieu ja Passeronin (1990) mukaan yhteiskunta on lopulta sosiaalisissa kentissä tapahtuvaa nollasummapeliä, jossa yksilöt kilpaileva niukoista, mutta kumuloituvista pääomista. Pääomien avulla yksilö kykenee etenemään sosiaalisissa hierarkioissa ja kasvattamaan omaa vaikutusvaltaansa sekä erottautumaan alemmista sosiaalisista kerroksista. Pääomien hallinta kasvattaa yksilön asemaa ja siksi ne ovat haluttuja, mutta niukkoja sekä kilpailtuja resursseja yhteiskunnassa.

Henkilöbrändin olemassaolon perusta on näkyvyys, joka luo tunnettuutta ja jonka kautta on puolestaan helpompaa hankkia vaikutusvaltaa, eli Bourdieun mukaan pääomia (Rein et al. 2005, 7). Demokraattisissa yhteiskunnissa tämä on erityisen merkittävää, sillä kansalaisia koskevat päätökset tehdään ainakin kommunikatiivisen ideaalin tasolla monimuotoisen ja osallistavan kansalaiskeskustelun kautta. Kansalaiskeskustelun kulkuun ja sen dynamiikkaan on puolestaan helpompi vaikuttaa silloin, kun käytössä on enemmän Bourdieun mainitsemia pääomia, jotka kiteytyvät yksilön henkilöbrändiin ja habitukseen.

4.2 Reettori lohenpunaisissa housuissa

Eetos ja henkilöbrändi kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa. Eetos ei Wahlroosin tapauksessa suinkaan rakennu pelkästään primääriaineiston teoksien retoristen valintojen kautta,

vaan hänen karaktäärinsä on tullut suomalaisille tutuksi vähitellen aina 1980-luvulta alkaen. Kontekstin ymmärtämiseksi on perusteltua käydä hänen henkilöhistoriansa oleellisilta osin läpi.

Suurimmalle osalle yleisöstä Wahlroos on julkisuudesta jo ennestään tuttu, tai ainakin hänestä on jonkinlainen ennakkokäsitys. Osviittaa hänen julkisuuden ja toisaalta kiinnostavuuden tasosta suomalaisessa yhteiskunnassa kertoo se, että hänen epävirallisesta elämäkerrasta (Pietiläinen ja tutkiva työryhmä 2013) on tätä tutkimusta kirjoitettaessa jo neljä painosta pokkariversioineen ja pelkästään kyseisessä teoksessa käytettyjen Wahlroosiin liittyvien lähdeartikkeleiden määrä on 284. Näistä jokainen ei tietenkään käsittele suoraan Wahlroosia itseään, mutta määrä antaa silti kuvaa siitä, kuinka paljon hänestä on kirjoitettu suomalaisessa mediassa vuosien saatossa.

Nykyisin paljon käytetty Google-hakusanaindeksi nostaa Wahlroosin (183 000 hakutulosta) hakutuloksien määrässä muun muassa sellaisien suomalaisen talouselämän jättiläisten edelle kuin Peter Vesterbacka (86 700), Antti Herlin (65 200), Risto Siilasmaa (62 500), Niklas Herlin (56 800), Olli-Pekka Kallasvuo (51 000), Henrik Ehrnrooth (45 300) Matti Alahuhta (43 500) sekä Reijo Karhinen (36 200). Lisäksi Ylen arkistoista löytyy pelkästään vuosien 2010–2016 lähes 50 radio- ja televisio-ohjelmaa, joissa Wahlroos esiintyy. (Google-hakutyökalu 11.9.2017.)

Nämä tulokset antavat osviittaa siitä miten Wahlroos on näkynyt aktiivisesti suomalaisessa mediassa jo ainakin neljällä vuosikymmenellä, minkä aikana hänen eetoksensa on tullut tutuksi eri sukupolville. Tältä pohjalta on perusteltua väittää, että hänen teostensa yleisöllä on lähes poikkeuksetta jokin ennakkokäsitys kirjoittajasta jo ennen teosten lukemista.

Wahlroosin perhetausta määrittelee hänen eetostaan ainakin 1970- ja 1980-luvulla eläneille, sillä hänen isänsä Bror Wahlroos (1928–2007) toimi näkyvällä paikalla kauppa- ja teollisuusministeriön kansliapäällikkönä 1969–1992. Wahlroos oli porvarillisesta kotitaustastaan huolimatta teinivuosinaan mukana sosialististen nuorisoliikkeiden toiminnassa, mikä päättyi kuitenkin vuoden 1973 aikana, jolloin hän irtautui opiskelijapolitiikasta ja luottamustehtävistään ilmoittaen samalla hylänneensä kommunismin (Pietiläinen ja tutkiva työryhmä 2013, 95).

Wahlroosin eetosta voidaankin hyvällä syyllä kuvailla äärimmäisyyksien välillä heiluvaksi. Kommunismin sävyttämää nuoruutta seurasi libertaristinen herännäisyys ja myöhemmin sen julkinen julistaminen. Wahlroos onkin viimeistään 1980-luvulta asti tunnettu markkinatalouden puolestapuhujana ja Ruotsin kuninkaallisten lähipiiriläisenä. Wahlroosin Hankenin ylioppilaskunnan edustajistossa pitämä Ruotsin uutta kuningasta siteerannut jäähyväispuhe syksyllä 1973 merkitsi katseen kirjaimellista kääntymistä Marxin Pääomasta markkinatalouteen nojaavaan monetarismiin – Wahlroos valmistui viisi vuotta myöhemmin tohtoriksi hintasäännöstelyä käsittelevällä väitöskirjallaan, jos-

sa hän käytti lähteinä muun muassa Chicagon koulukunnan johtohahmoksi noussutta Milton Friedmania (Ibid., 120).

Väitöskirjan valmistumisen jälkeen Wahlroos toimi Hankenin professorina tehden professorivaihtoja eri yliopistoissa Yhdysvalloissa aina vuoteen 1985 asti. Tuolloin hän siirtyi Suomen Yhdyspankin (SYP) palvelukseen, jossa hän eteni alle neljässä vuodessa varatoimitusjohtajaksi (Ibid., 145; 161). SYP:ista hän siirtyi investointipankkiiriksi Mandatum & Co Oy:hyn, jonka hän oli alun perin rakentanut Yhdyspankin investointipankkitoiminnan haaraksi. Vuonna 2000 Wahlroos aloitti Sampo-Leonian konsernijohtajana ja seuraavana vuonna yhtiön hallituksessa. Hän on 2000-luvun aikana siirtynyt hiljalleen yritysten operatiivisesta toiminnasta hallitustyöskentelyn puolelle aloittaen ensin UPM:n hallituksen puheenjohtajan tehtävät vuonna 2008 ja tämän jälkeen Sammon (2009) ja Nordean (2011) hallitusten puheenjohtajan tehtävät (Ibid., 21–22).

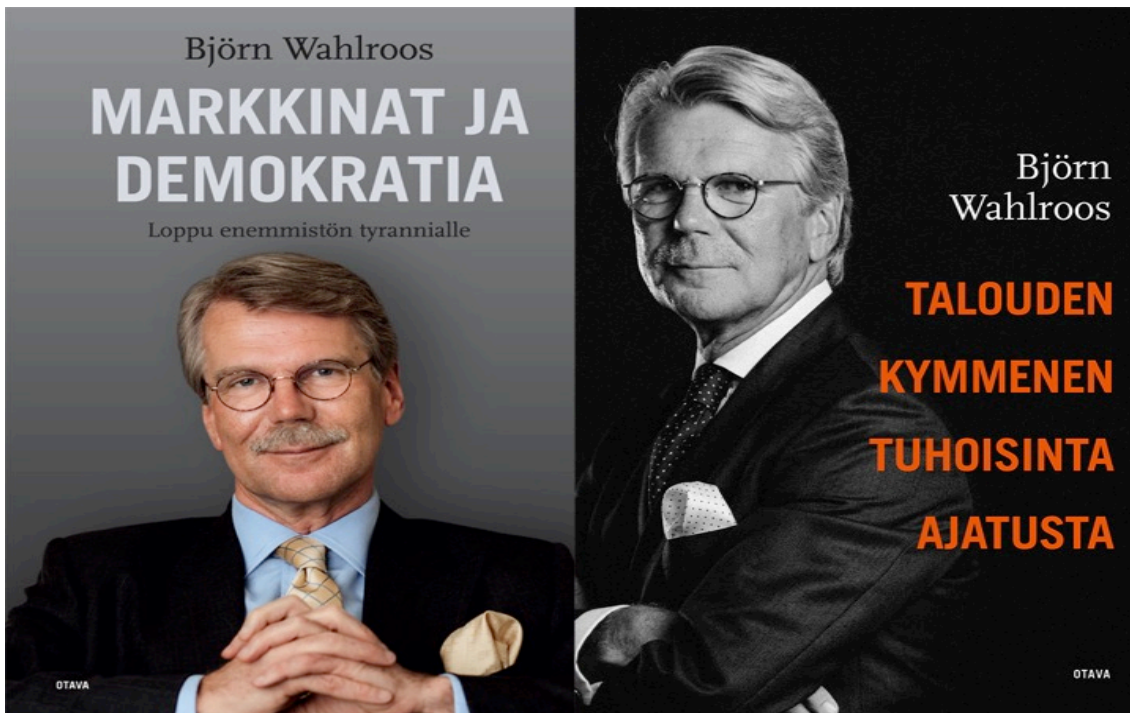
Työuransa ohella Wahlroos on kunnostanut myös Joensuun kartanon, jonka tupaantuliaisjuhlissa 2007 hän otti vastaan Hankenin edustajiston jäähyväispuheessaan 34 vuotta aiemmin siteeraamansa Ruotsin kuningas Kaarle Kustaan. Huomion varasti tuolloin Wahlroosin käyttämät lohenpunaiset housut, joihin hänen väitettiin ottaneen vaikutteita nimenomaisen vieraan housukokoelmasta (Ilta-Sanomat 22.8.2007). Huomio on helppo kuitata iltapäivälehtien kesätoimitusten ajanvietteeksi, mutta se sisältää havainnon kuvan retoriikasta, jota Wahlroos tuo joko tietoisesti tai tiedostamatta omassa preensissään esille.

Vaikka kirjoitettujen teosten pääviesti perustuu sanalliseen retoriikkaan, myös sanan viestintä muodostuu kansitaiteen kautta osaksi rektorin eetosta. Wahlroosin eetosta korostaa hänen ammatillisten ja akateemisten saavutustensa ohella hänen ulkoinen habituksensa, joka kulminoitui pitkiin hiuksiin ja pilottimallisiin aurinkolaseihin hänen poliittisesti aktiivisina teinivuosinaan (Pietiläinen ja tutkiva työryhmä 2013, 71) (Kuva 1.).



Kuva 1. Björn Wahlroos vuonna 1969 (Yle 2007).

Viimeistään 1980-luvun pankkiirivuosina Wahlroosin ulkoinen olemus muuttui silotellummaksi pitkien pulisonkien ja parran vaihtuessa siisteihin viiksiin (Ibid., 154). Tästä asti hänen julkiset näyttäytymisensä ovat noudattaneet samaa ulkonäkökoodia, joka toisintuu hänen kirjojensa kansissa. Hänen ulkoinen olemuksensa rakentuu seuraavien elementtien kautta: Navy blue -värinen puku täydennettynä toisinaan formaaliutta korostavalla liivillä, solmion väriin sopiva taskuliina, pyöreät silmälasit sekä vasemmalle kammattu jakaous (Kuva 2).



Kuva 2. Wahlroos kirjojensa kansissa vuonna 2012 ja 2015.

Muodollisella pukeutumisella reettori pystyy korostamaan omaa asiantuntija-asemaansa ja lisäämään omaa uskottavuuttaan, eli asiantuntijaeetostaan yleisön silmissä (Dunbar & Segrin 2012, 10–11). Kansikuvissa hyödynnetään pukeutumisen lisäksi kehon retoriikkaa. Markkinat ja demokratian kannessa Wahlroos on nojautunut kevyesti taaksepäin, mikä tulkitaan usein merkiksi itsevarmuudesta tai jopa ylimielisyydestä (Kumar Kar & Kumar Kar 2017, 22). Hänellä on lisäksi kädet ristittynä rintakehän tasolle ja lievä hymyn kaarre kasvoilla, mikä korostaa arroganttia ja dominoivaa vaikutelmaa (Ibid., 19). Talouden kymmenen tuhoisinta ajatusta -teoksen kannessa Wahlroos ei enää hymyile, vaan seisoo suoraryhtisenä ja vakavana kädet puuskassa katse suunnattuna tiukasti kohti lukijaa. Tällainen käsien asento voidaan tulkita erimielisyyden ilmaisemiseksi, mikä onkin omiaan alleviivaamaan kirjan teemaa Suomen harjoittaman talouspolitiikan kritiikkinä (Ibid., 19).

Kommentaattorina Wahlroos on tottunut toimimaan läpi uransa, mutta vasta viime vuosina hän on aloittanut ajatustensa kokoamisen ja julkaisemisen kirjoina, joita on ilmestynyt kaksi kappaletta ja ilmeisen todennäköisesti kolmas on jossakin vaiheessa tulossa (Koho 2017, 29). Siinä missä yritykset myyvät valmistamiaan tuotteita ja tuottamia palveluita, Wahlroos myy ajatuksiaan kirjaimellisesti kirjojensa kautta, mutta myös kuvainnollisesti kirjoissaan esittämänsä argumentaation avulla. Wahlroos itse asemoi kirjansa seuraavasti:

Nämä ovat kolme ihan erilaista ympäristöä: yksi on viihteellinen, yksi on keskittynyt asiaorientoitunut ja päätöksenteko-orientoitunut. Kirja taas on puhdas älyllinen argumentin rafinointifoorumi. (Haastattelu 13.1.2017.)

Hän siis näkee teostensa kontribuutioina eräänlaisen yhteiskunnallisen älyllisen yleiskeskustelun, joka raffinoi, eli sanakirjan mukaan jalostaa tai kehittää argumentaatiota tai mahdollisesti tässä tapauksessa yhteiskuntaa itsessään. Wahlroos myöntää, että hänen roolinsa yhteiskunnallisena keskustelijana ei aina ole täysin ongelmaton, mutta katsoo, että puhetilanne määrittää täysin sen, missä roolissa hän kulloinkin puhuu. Tällä on luonnollisesti vaikutusta myös hänen käyttämäänsä retoriikkaan:

Se riippuu missä roolissa olen. Jos Ylen toimittaja tulee haastattelemaan minua esimerkiksi Sammon tuloksenjulkistamisen yhteydessä, niin pääsääntöisesti vastaan viran puolesta. Ja viran puolesta voin antaa vastauksen, joka voi olla jonkin verran toisenlainen kuin henkilökohtainen mielipiteeni, koska vastaan yhtiön puolesta. Jos konflikti on liian voimakas, sitä on mahdoton hanleerata. Ymmärrät varmaan aste-eron tässä. Jos sen sijaan Ylen toimittaja istuu tässä puhumassa kanssani yhteiskunnallisista näkemyksistäni, niin silloin tietenkin vastaan

puhtaasti niihin perustuen. Mitä vanhemmaksi olen tullut, niin sitä tavallisempi tästä toisesta tilanteesta on tullut. (Haastattelu 13.1.2017.)

Tässä tutkimuksessa käsitelläänkin Wahlroosin puhetta yritysjohtajana, mutta irrallaan hänen taustaorganisaatioistaan. Näin ollen hänen yhteiskunnallisen keskustelijan roolinsa säilyy puheen taustakontekstina. Siten tämä tutkimus analysoi yritysjohtajan vaikuttamisviestintää yhteiskunnassa vastuullisuuskontekstissa.

4.3 Wahlroosin yhteiskunnallinen argumentaatio

4.3.1 Wahlroosin ajattelun taustapremissit

Uudessa retoriikan teoriassa retoriikka on pohjimmiltaan valintaa (Perelman 1996, 41). Retorisia valintoja – tarkemmin sanottuna topoksia – tutkimalla on mahdollista tehdä päätelmiä myös rektorin ajattelun taustatekijöistä, kuten vaikka uskomusjärjestelmistä, ihmiskäsityksestä sekä ontologisista näkemyksistä (Kakkuri-Knuuttila 1998, 243–245). Topos käännetään helposti tarkoittamaan suomeksi näkökulmaa, mutta on käsitteellisesti johdonmukaisempaa ymmärtää se väitteeksi, jonka puolesta tai vastaan rektori haluaa argumentoida (Ibid., 243). Tämä tarkoittaa kuitenkin sitä, että pitkälle vietyjen päätelmien tekeminen rektorin argumenttien arvojen perusrakenteista tällä menetelmällä on useimmiten äärimmäisen haastavaa, mutta ainakin jossain määrin mahdollista. Wahlroosin argumentaation talousfilosofisten lähtökohtien tunnistaminen on kuitenkin helppoa, sillä hän kirjoittaa ne lukijalle hyvin selvästi auki teostensa esipuheissa (Wahlroos 2012 ja 2015).

Wahlroosin talousargumentaation kulmakivi rakentuu monetarismin ja keynesiläisyyden väliselle debatille. Hän kuvailee Keynesiä seuraavasti: *Eräs taitavimmista taloudellisista kolumnisteista, joskaan ei aina analyytikoista osuvin [...] (Wahlroos 2012, 11).* Ja *John Maynard Keynes on luultavasti kaikkien aikojen vaikutusvaltaisin taloustieteilijä.* (Wahlroos 2015, 16). Keynesin rinnalle Wahlroos nostaa Adam Smithin ja Milton Friedmanin, jotka hänen mukaansa ovat ainoat taloustieteilijät, jotka kykenevät kilpailemaan Keynesin kanssa vaikutuksesta talouspolitiikan saralla (Wahlroos 2015, 16). Aiemmassa teoksessaan hän korottaa Friedmanin ja Anne Schwartzin jopa Keynesin yläpuolelle todetessaan näiden olleen oikeassa 1930-luvun Suuren Laman diagnosoissaan (Wahlroos 2012, 9). Erityisen merkityksellisen lausunnosta tekee se, että Keynesin pääteos, Yleinen teoria (1936), oli nimenomaan Suuren Laman analyysi, jonka pääteosina oli tarjota ratkaisu laman nujertamiseksi (Wahlroos 2015, 16).

Wahlroosin tarkoituksena näyttääkin olevan horjuttaa keynesiläisen talouspolitiikan asemaa. Hän kyseenalaistaa jopa Keynesin oman suhtautumisen teoriaansa todeten vallalla olevan sitkeä epävarmuus siitä, kuinka Keynes itse arvioisi jälkeensä omaa työtään. Wahlroosin mukaan ei todellakaan olisi yllätys, jos Keynes harkitsisi mielipidettään uudelleen velkaelvytyksen suhteen, mikäli hän eläisi meidän aikanamme. Wahlroos päättää pohdintansa pisteliäästi todeten Keynesin jättäneen kuoltuaan seuraajiensa vaalimaan hänen perintöänsä ja meidät muut pohtimaan, mitä mieltä hän olisi. Wahlroos kertoo myös Keynesin sanoneen mielipiteidensä muuttuvan tosiasioiden muuttuessa samalla kysyen miten on vastapuolen laita. Tällä tavalla Wahlroos rakentaa vastakkainasettelun passiivisten ”seuraajien” ja vapaasti ja itsenäisesti ajattelevien henkilöiden keskuuteen. Keynesiläisen talouspolitiikan kyseenalaistamalla ja asettuessaan Friedmanin argumentaation taakse Wahlroos asemoi argumentaationsa makrotalouden monetaristisen näkemyksen taakse. (Wahlroos 2015, 16–17.)

Monetarismi ja keynesiläisyys ovat makrotalousteorian tärkeimpiä haaroja. Ne sisältävät erilaisia näkemyksiä talouden vaikutussuhteista ja johtavat erilaisiin toimintasuorituksiin, mutta myös erilaisiin yhteiskunnallisiin arvostuksiin. Eräs tärkeä vedenjakaja niiden välillä koskee valtion roolia talouselämässä. Keynesiläisyys korostaa valtiollisten toimenpiteiden merkitystä talouden suhdanteiden säätelyssä, jolloin se on lähempänä liberalistisen poliittisen teorian hyvinvointiliberalismiksi kutsuttua suuntausta. Monetarismi taas puolustaa valtion toimenpiteistä vapaita markkinoita ja on siten lähempänä poliittisen liberalismiin libertarismiksi tai uusliberalismiksi kutsuttua muotoa. (Heinonen & Kakkuri-Knuuttila 1998, 274–275.)

Perinteisen keynesiläisen talousajattelun mukaan työllisyyden taso kansantaloudessa määräytyy viime kädessä kokonaiskysynnän mukaan, jonka tärkeä osa on yksityinen kulutus. Kokonaiskysynnän elementtejä ovat yksityisen kulutuksen lisäksi investoinnit, julkiset menot ja vienti. Kovin suuri epävarmuus tulevaisuudessa ei rohkaise yrityksiä investoimaan eikä ihmisiä kuluttamaan, mitä talouskasvun ylläpitäminen markkinataloudessa kuitenkin edellyttää. Keynesiläisyydessä julkisella vallalla on keskeinen rooli markkinoiden toiminnasta johtuvien ongelmien ratkaisijana. Työttömyys on keskeinen kansantalouden ongelma, johon julkinen valta voi vaikuttaa omilla toimillaan verotuksen tai julkisten menojen kautta. Keynesiläiset korostavat markkinatalouden epävakautta, suhdanteiden sääntelyn tarvetta sekä kansantalouden jäykkyystekijöitä, jotka estävät markkinamekanismin nopean sopeutumisen. (Ibid., 275.)

Keynesiläisen teorian kanssa vastakkainen on Milton Friedmanin ja hänen oppilaidensa kannattama monetaristinen ajattelu. Se painottaa markkinatalouden itseään sääntelevää luonnetta sekä suosittelee julkisen vallan pidättäytymistä markkinainterventioista. Monetaristit korostavat, että talouspolitiikan keskeisiä pulmia ovat rahataloudelliset ongelmat, kuten inflaatio. Monetarismin kehittynyt versio eli niin sanottu rationaalisten odotusten koulukunta lähtee siitä, että talouden toimijat ovat rationaalisia ja otta-

vat talouspoliittiset toimenpiteet huomioon käyttäytymisessään. Tämän katsotaan merkitsevän sitä, että talouspolitiikka on tehotonta tai se voi yllätyksellisenä aiheuttaa ainoastaan häiriöitä. Johtopäätöksenä on julkisen vallan roolin minimointi. (Ibid.)

4.3.2 Vapaus rajoitteista hyvinvoinnin takaajana

Wahlroosin argumentaatio käsittelee yhteiskunnallisia aiheita monesta eri näkökulmasta. Tässä yhteydessä tutkimuksessa tarkastellaan Wahlroosin käsittelemiä teemoja hahmotellen niiden kautta Wahlroosin argumentaation taustapremissejä siinä määrin kuin niitä on mahdollista käytetyllä menetelmällä löytää. Wahlroosin argumentaation topoksen kautta tarkastellaan hänen argumentaationsa käsityksiä hyvästä ja pahasta. Tätä tutkitaan analysoimalla valittuja tekstikohtia, joissa argumentaatio korostaa väittämiä hyvästä ja pahasta. Analyysin järjestyksessä ei ole yhtä oikeaa järjestystä, vaan se on rakennettu aineistolähtöisesti. Käsittelyjärjestys ei kuitenkaan vaikuta analyysin tuloksiin.

Wahlroosin argumentaatiossa korostuu vapauden merkitys ja markkinoiden kyky tuottaa optimaalisin lopputulos. Tämä heijastuu muun muassa Wahlroosin argumentaatiossa koskien vastuullista tapaa valita pörssiyhtiöiden johtajat:

Joissakin maissa näiden pyrkimysten [pörssiyhtiöiden hallitusten kokoonpanoa valvovan nimitysvaliokuntaelimen perustamisen] kannattajat ovat yhdistäneet voimansa ammattiliittoihin ja sosiaalidemokraattisiin poliitikkoihin, jotka haluavat varmistaa työntekijöidensä edustuksen hallituksissa, sekä vähemmistöryhmiin, jotka ajavat omia asioitaan. Pohjoismaat ovat aina olleet kansainvälisiä edelläkävijöitä sukupuolten tasa-arvoasioissa. Nyt niissä ajetaan pörssiyhtiöiden hallitusten valintaan sukupuolikiintiötä – joita ne ovat kaihtaneet laajemmilla työmarkkinoilla. Norja on määrännyt, että pörssiyhtiön kymmenestä hallituksen jäsenestä vähintään neljän on oltava naisia.

Osakeyhtiöt eivät kuitenkaan kuulu julkisen vallan piiriin, eivät ainakaan siinä mielessä, että niitä hallitseva elin edustaisi kaikkia yhtiöön suhteissa olevia ryhmiä. Vallankäytön sidosryhmäteoriat eivät ole pelkästään epäkäytännöllisiä. Ne ovat myös moraalittomia pyrkiessään mitätöimään tärkeän riskin ja vallan suhteen. Yhtiötä hallitsevat sen osakkeenomistajat. Tämä ei johdu siitä, että osakkailla olisi sisäsyntyinen halu valtaansa eikä edes perinteestä. Osakkailla on viimeinen sana, koska toissijaisina saamamiehinä mahdollisessa konkurssissa he ovat ottaneet ylivoimaisesti suurimman riskin kantaakseen ja turvaavat pääomallaan näin tappioriskiltä kaikki muut – velkakirjojen omistajat, tavarantoimittajat, työntekijät ja verottajan. Siksi osakkaat nimittävät mieleisensä hallituksen

valvomaan toimeenpanevaa johtoa, varmistamaan sen ponnistelujen asianmukaisen palkitsemisen ja sen, ettei johto unohda velvollisuuttaan tehdä osakkaille mahdollisimman hyvää taloudellista tulosta vaarantamatta ylen määrin velkojien varoja. (Wahlroos 2012, 332–333.)

Tekstikatkelmassa Wahlroos vetoaa Suomen perustuslain 6 §:n yhdenvertaisuusperiaatteeseen, joka voidaan kiteyttää muodollisen oikeudenmukaisuuden määritelmän mukaisesti siten, että samanlaisia tapauksia kohdellaan samalla tavalla ja erilaisia tapauksia eri tavalla (HE 309/1993; Finlex 1999). Retoriikan avulla Wahlroos luo vaikutelman yritysten kärsimästä epäoikeudenmukaisesta kohtelusta, jossa pörssiyhtiöiden hallituksia ollaan Pohjoismaissa valmiita kohtelevaan eri tavoin kuin muita työmarkkinoita, mikä olisi perustuslain hengen vastaista. Oikeusjärjestykseen vetoaminen on perusteltu keino, sillä suomalaisessa oikeusjärjestyksessä määritellyn normihierarkian mukaisesti perustuslaki ylittää muun lainsäädännön ristiriitatilanteessa (Eduskunta 2017).

Toisaalta Wahlroos vetoaa retoriikassaan myös oikeudenmukaisuuteen laajemmin rinnastamalla moraalien taloudellisen menetyksen riskin ja vallan välille. Hänen argumentaationsa maalaaman ihmiskäsityksen mukaan valta tai sen himo ei luonnostaan liikuta suurinta osaa ihmisiä, eikä myöskään aristokraattinen traditio, vaan yksinkertaisen raadollinen itsesuojeluvietti. Ihminen haluaa itselleen ja läheisilleen turvaa, jota nykymaailmassa saa tehokkaimmin rahalla. Säästöt puolestaan on mahdollista saada tuottamaan lisää varallisuutta investoimalla ne erilaisiin hankkeisiin, kuten osakeyhtiöiden osuuksiin. Sijoittamiseen liittyy kuitenkin varojen menettämisen riski, mikä saa omistajat nimittämään parhaaksi katsomansa hallituksen sijoituksensa vartijaksi. Pohjimmiltaan osakeyhtiön hallituksen nimittämisessä on siis Wahlroosin näkemyksen mukaan kyse ihmisten oikeudesta varmistaa sijoitetulle omaisuudelleen paras huolehtija.

Wahlroos nostaa tekstissään esiin myös perinteisen teoreettisen kiistakapulan nimitäessään sidosryhmäteorioita moraalittomiksi ja epäkäytännöllisiksi. Tällä hän todennäköisesti viittaa liikkeenjohdon ja organisaatioiden tutkimuksen sidosryhmien merkitystä korostavaan haaraan. Freeman (1983), yksi ensimmäisiä sidosryhmäteoreetikkoja, haastaa perinteisen näkemyksen osakkaiden ylivermaisesta merkityksestä strategisessa liikkeenjohdossa. Hänen mukaansa vapailla markkinoilla yrityksiä kohtaan nousee erilaisia yhteiskunnallisia vaatimuksia, mikä tarkoittaa markkinoilla tehtävien päätösten politisoitumista. Tämän kehityksen myötä johdon on oltava vähintäänkin tietoinen päätösten vaikutuksista yhtiön avainsidosryhmiä kohtaan ja ottaa niiden vaatimukset osaksi yhtiön strategiaa (Freeman 1983, 196–197).

Tämä lähestymistapa laajentaa yhtiön johdon toimintahorisonttia merkittävästi, mutta oikeanlaisilla äänensävyillä ja painotuksilla toteutettu strateginen viestintä ja päätöksenteko ovat itse asiassa omiaan vähentämään yhtiöön sidosryhmien taholta kohdistuvia paineita (Ibid., 197). Sidosryhmien huomioiminen tosin sisältää riskin – kuten Wahlroos

huomauttaa – että osakkaat menettävät valtaansa. Heidän kannaltaan se on silti parempi vaihtoehto kuin se, että yhtiön arvo laskee realisoituvien maineriskien vuoksi. Sidosryhmäteoriat muodostavatkin yhteiskuntavastuu-teorian debatin kannalta yhden keskeisen näkökulman (Kuvaja & Malmelin 2008, 11–16). Tieteellisen keskustelun yhtenä kiistanaiheena voidaan nähdä yritysmoraalin määrittäminen yhteiskunnan tunnustamiin arvoihin ja niiden heijastuminen yrityksen toimintaan ja toisaalta osakkeenomistajien suvereniteettiin määrätä omaisuuseriensä käytöstä. Yhtäältä nämä voidaan myös nähdä toisiaan tukeviksi arvoiksi, jolloin yhteiskunnasta kumpuaviin vaatimuksiin vastaaminen nähdään omistajien ja yritysjohdon silmissä kilpailuetuna (Carroll 1991, 42).

Nimitysvaliokuntaelimen kannattajia Wahlroos ei erikseen nimeä, mutta hän määrittelee heidät ammattiliittoihin ja sosiaalidemokraattisiin poliitikkoihin samaistuviksi tahtoiksi sekä erinäisiksi vähemmistöryhmiksi. Näiden toiminnan motiivina on hänen näkemyksensä mukaan joko vallanhimon tyydyttäminen tai omien partikulaaristen intressien tavoittelu. Tällä tavalla hän rakentaa juovan hyveellisten toimijoiden ja yhteiskunnallisten osaoptimoijien välille. Osakkeenomistajat, jotka haluavat vain varmistaa toimeentulonsa saamalla sijoitukselleen parhaan mahdollisen tuoton, ovat yhteiskuntaa edistävä hyveellinen voima. Ammattiliitot, sosiaalidemokraatit ja vähemmistöryhmät ovat puolestaan omia etujaan ajavia opportunisteja, jotka haluavat paitsi rajoittaa yksilön vapauksia myös toteuttaa oikeusmurhan, jonka uhrina on itse Suomen perustuslaki.

Tässä tekstikokonaisuudessa Wahlroosin voidaan nähdä rakentavan päätöksensä negatiivisen ja positiivisen vapauden välisen jännitteen kautta rinnastamalla osakkeenomistajat ensin mainitun ja ammattiliitot, sosiaalidemokraatit ja vähemmistöryhmät jälkimmäisen vapauden edustajiksi. Hän mieltää negatiivisen vapauden arvokkaammaksi, koska siinä oman etunsa tunteva yksilö voi toimia parhaaksi katsomallaan tavalla, mutta positiivinen vapaus on omiaan riistämään häneltä oikeuden tähän. Mainitut tahot yrittävät positiivista vapautta lisäämällä vankistaa omia asemiaan yhteiskunnassa yksilön kustannuksella. Yksilö on samaistuttavampi kuin yhdistys, poliitikko tai vähemmistöryhmä, minkä vuoksi lukijan on helpompi omaksua osakkeenomistajan asema ja tämän kokema epäoikeudenmukaisuus, jonka nimitysvaliokuntaelin hänelle tuottaa. Kaiken lisäksi nimitysvaliokuntaelimen kannattajat näyttäytyvät Wahlroosille kaksinaismoralisteina heidän kannattaessaan kiintiöitä pörssiyhtiöiden hallituksissa, mutta vastustaessaan niitä muualla työmarkkinoilla.

Wahlroosin argumentaation pohjalta voidaan saada viitteitä ihmiskäsityksestä, joka korostaa yksilön toiminnan perustuvan suurelta osin primitiiviseen itsesäilytysviettiin, joka ajaa riskinoton optimointiin ja toisaalta myös tasavertaisuuden tavoittelemiseen (Wahlroos 2015, 113–114). Yksilöllä on tuottoa saalistaessaan oltava tämän perusteella oikeus mahdollisimman autenttiseen toimintaympäristöön, jossa kilpailu ei vääristy ylimääräisellä sääntelyllä. Tämän kaltaisia retorisia strategioita voidaan tarkastella

Stevensonin & Stecklerin (2015) retoristen strategioiden analyysillä, jossa argumentit jaetaan kolmeen luokaan:

1. Vastuu tehokkuutena; loogiset, tehokkuuteen perustuvat argumentit.
2. Vastuu asemana; vastuujohtajuuteen tai -osaamiseen perustuvat argumentit.
3. Vastuu yhteiskunnallisen hyödyn tuottajana; hyötyyn perustuvat argumentit.

Wahlroos on tässä kohdin valinnut selkeästi tehokkuus- ja hyötyargumentit. Hänen näkemyksensä mukaan vastuullisuus ei ole sidosryhmien laajaa huomioimista yrityksen päätöksenteossa, vaan ennemminkin yrityksen laissa säädetyn tehtävän mahdollisimman tehokasta toimeenpanoa. Omistajille tuotetun voiton määrä on vastuun ainoa relevantti mittari, joka toisaalta toimii myös yhteiskunnallisen hyödyn mittarina. Yhteiskunnallinen hyöty on se, että lait toteutuvat mahdollisimman tehokkaasti ja toisaalta se, että yrityksen tuottama taloudellinen hyöty jakautuu omistajuusosuuksien mukaisesti. Sääntelyn Wahlroos puolestaan rinnastaa demokraattiseen päätöksentekomalliin:

[...] Eurooppalaiset eivät yksinkertaisesti suostu luopumaan ajatuksesta, että demokratialla pitäisi olla painoarvoa liikkeenjohdossa ja muilla inhimillisen toiminnan aloilla, joita vaaliliput eivät perinteisesti ole ohjanneet.

Euroopan mailla ei kuitenkaan ollut yhtenäistä käsitystä yrityshallinnan periaatteista. Toisessa ääreläidassa oli brittimalli, joka oli kirjattu Lontoon Cityn toimijoiden itsesääntelydokumentteihin. Cityn ja Lontoon pörssin menestyksen myötä ne olivat tulleet tutuiksi lähes kaikille eurooppalaisille yhtiöille, jotka hakivat rahoitusta Lontoon markkinoilta tai halusivat listautua sinne. Sääntöjen mukaan johtajien piti johtaa yhtiötään osakkeenomistajien hyväksi. Heidän onnistumisestaan päättäisivät viime kädessä osakemarkkinat ja yhtiökokoukset, muussa tapauksessa tuomioistuimet. Toimitusjohtajien pitäisi saada laaja valta nostaa osakepääoman arvoa. Heidän pitäisi saada johtaa yhtiötään ulkopuolisten puuttumatta asioihin, ja yhtiöiden hallitukset sekä viime kädessä osakkeenomistajat saisivat arvioida heitä vain määräjain. Kollegiaalinen päätöksenteko olisi pidettävä mahdollisimman vähäisenä, koska se olisi luonnostaan hidasta ja tehotonta. (Wahlroos 2012, 18–19.)

Wahlroos näkee demokratian tunkeutumisen liikkeenjohtoon ongelmallisena luetellen Britannian itsesääntelyyn perustuvan mallin toimintatapoja, jotka on hän erittelee niiden tehokkuutta korostaen. Wahlroos ei suoraan sano, että kyseinen malli olisi tavoiteltavin tapa järjestää yritystoiminta, mutta toisaalta hän näkee, että sen ansiosta britit onnistuivat Margaret Thatcherin johdolla kääntämään ensimmäisenä maana Euroopassa sitä piinanneen stagnaation 1980-luvulla (Wahlroos 2012, 18). Siksi edellä esitelty teks-

tinäyte on omiaan antamaan vaikutelman, että Wahlroos itse allekirjoittaa yritysjohtamisen brittiläisen haaran menetelmät, joissa korostuvat johdon autonomia, osakepääoman arvo sekä päätöksenteon nopeus ja tehokkuus. Tätä organisoinnin lähestymistapaa Wahlroos kutsuu markkinoiksi (Ibid., 19).

Kaksi muuta Wahlroosin tunnistamaa tapaa organisoitua ovat hierarkia ja demokratia. Kommunismiin perustuvat hankkeet, kuten marxilais-leninistiset suuntaukset, ovat hänen mukaansa perinteisesti suosineet hierarkiaa järjestäytymismuotona ja ”demokraattista” ”mies ja ääni” -periaatetta taas näyttävät hänen mielestään usein kannattavan naiiveimmat sosiaalidemokraatit. Nämä ovat Wahlroosin mukaan valmiita ulottamaan käytänteensä jopa sellaisille aloille, joille se näyttäytyy täysin sopimattomana, koska tällä tavalla valituilta puuttuu riittävä koulutus tai pätevyys, kuten esimerkiksi yliopistoissa, sairaaloissa tai yhtiöissä. (Wahlroos 2012, 19–20.)

Wahlroos rakentaa hierarkialle epäilyttävän paatoksen suomalaislukijoissa liittäessään sen kommunismiin, joka yhdistetään usein arvaamattomaksi naapurivaltioksi miellettyyn entiseen Neuvostoliittoon sekä autoritääriin hallintaregiimiin, joka mielivaltaisesti rajoittaa kansalaistensa vapauksia. Toisaalta Wahlroos ei säästele myöskään ääridemokraattista päätöksentekojärjestelmää, jota hän luonnehtii hyväuskoisten sosiaalidemokraattien järjestäytymismuodoksi. Sosiaalidemokratiaa hän ei määrittele tarkemmin, mutta yhdistäessään vaatimukset ”mies ja ääni” -periaatteen omaksumisesta yliopistoihin hän tarkoittanee 1960-luvun lopun erityisesti vasemmistoon kallellaan olevien opiskelijaliikkeiden vaatimuksia yliopiston hallinnonuudistukseen (esim. Honka-Hallila 2006, 262; Laitinen 2009).

Merkittävä kuriositeetti Wahlroosin retoriikan kannalta on se, että hän itse oli mukana esittämässä nykyisin lapsellisina pitämiään vaatimuksia (Pietiläinen ja tutkiva työryhmä 2013, 69). Hänen käyttämänsä sana *naiivi* voi tätä taustaa vasten viitata myös häneen itseensä nuorempana, sillä hänen aktiivinen koululais- ja opiskelijavaikuttamisen aikakautensa sijoittuu myöhäisteini-ikään (Ibid.). Sittemmin Wahlroos hylkäsi vasemmistoidologiaan nojaavat ajatukset, mihin hänen voidaan katsoa viittaavan Talouden kymmenen tuhoisinta ajatusta -teoksen esipuheen Keynes-viittauksella: *kun tosiasiat muuttuvat, niin muuttuvat myös minun mielipiteeni* (Wahlroos 2015, 16). Näillä keinoilla Wahlroos antaa itselleen ”synninpäästön” nuoruutensa ajattelumalleihin. Keynes-viittauksen voidaan nähdä muodostavan analogian Marx-kriitikko Popperin (Popper 2000) filosofiaan, joka kulminoituu Marxin determinismin arvosteluun. Toisin kuin Marx, Popper näkee, että tulevaisuus ei määrity pelkästään historian kautta, vaan sitä voidaan muokata järjellä tehtyjen havaintojen pohjalta (Ibid. 389).

Toisaalta Wahlroos jättää arvottomatta markkinat vastaavalla tavalla kuin muut järjestäytymisen muodot tyytyessään toteamaan ultralibertaarien kannattavan markkinamekanismia hallinnon järjestämisessä (Wahlroos 2012, 20). Tähän lopputulokseen hän itse asiassa päätyy teoksensa lopussa toteamalla:

Alistamalla demokratian kilpailulle palautamme hallintoon valinnanvapauden ja ojennamme ihmiskunnalle takaisin ne vapaudet, jotka autoritaariset hallitukset, sota ja sosialismi siltä 1900-luvulla riistivät. (Wahlroos 2012, 372.)

Hänen mielestään demokratian emansipaatio enemmistön tyranniasta huipentuu rajojen ja markkinoiden vapautumiseen, jonka seurauksena ihmiset voivat valita asuinpaikkansa vapaasti – eli äänestää jaloillaan – mikäli yhteiskunnan järjestäytymistapa ei heitä miellytä (Wahlroos 2012, 372–373). Tämän kaltainen negatiivisen vapauden kärjistys tarkoittaa itse asiassa äärimmäisen joustavia työmarkkinoita, joiden suurimmaksi esteeksi hän näkee ”Hakaniemen torin”, eli ay-liikkeen vaikutusvallan suomalaisen parlamentaariseen päätöksentekoon (Koho 2017, 27).

Tällä tavalla Wahlroos tuo yhteiskuntavastuu-keskustelun osaksi suomalaista työmarkkinapolitiikkaa ja valtiosääntöoikeus-debattia. Hänen mukaansa Suomen perustuslakiuudistus oli valtava virhe, sillä se lisäsi päätöksentekojärjestelmän parlamentaarisuutta presidentin valtaoikeuksien kustannuksella (Wahlroos 2017). Tämä puolestaan on hänen mukaansa johtanut toimeenpanovallan heikkenemiseen viemällä järjestelmän kyvyn ”tarttua ongelmiin” (Koho 2017, 27–28).

Wahlroosin tarjoama optimaalinen ratkaisu taloudellisen kasvun ja vallankäyttöjärjestelmien tasapainottamiseksi olisi löydettävissä teoriassa, jossa:

- a) Markkinat allokoisivat suurimman osan liike-elämän ja rahoitusalan resursseista ja saisivat nykyistä suuremman roolin paikallishallinnon asioissa.
- b) Demokratia saisi vallita valtion suurissa asioissa, mutta toimeenpanovalta annettaisiin vaaleilla valitulle parlamentin valvomalle vahvalle johtajalle, joka nimittäisi oman hallituksensa johtamaan valtiota aivan kuten yritysorganisaatiossa.

Hän tunnustaa häpeilemättä mallinsa yhdysvaltalaisvivahteet, provosoiden lukijaa toteamalla, että mallin on tarkoituskin kuulostaa eurooppalaisen korviin liian yhdysvaltalaiselta. Argumenttinsa tueksi Wahlroos ottaa kantaa Suomen perustuslakiin syvemmin vaatien muun muassa perustuslain sanatarkkaa tulkintaa, presidentin valtaoikeuksien lisäämistä sekä perustuslakivaliokunnan muuttamista perustuslakituomioistuimen kaltaiseksi – kaikki selkeitä vivahteita yhdysvaltalaiseen järjestelmään. Lisäksi Wahlroos näkee vahvan toimeenpanovallan omaavan presidentti-instituution valtiolle elintärkeiden uudistusten generaattorina. Ei ole yllättävää, että Wahlroosin perusargumentin mukaan eurooppalainen malli on pudonnut kilpailusta ihmisyyhteisöjen järjestäytymismallina ja maailmanjärjestystä määrittää ennemminkin anglosaksisen mallin ja Kaukoidän

hierarkioihin nojaavien järjestelmien välinen kilpailu. (Wahlroos 2012, 21 & Wahlroos 2017, 107–123.)

Jos eurooppalaisen korviin Wahlroosin yhdysvaltalaisvaikutteinen näkemys optimaalista vallankäyttöjärjestelmästä kuulostaa provokatiiviselta, yhteiskuntavastuu-teorian näkökulmasta se näyttäytyy ennemminkin oletettavalta. Myös tässä kohdin Wahlroosin argumentaatio nojaa tehokkuutta kannattaviin perusteluihin. Hänen mielestään tehokas, vaikkakin mahdollisesti tempoileva enemmistödemokratia on parempi järjestelmä kuin maltillinen, mutta usein myös pitkäjänteinen konsensusdemokratia. Vahva toimeenpanovalta on käytännössä tehokkuutta, kun sen sisään ei ole rakennettu konstitutionaalisia vastapainoja (Wahlroos 2017, 106).

Markkinat allokoivat tehokkaimmin myös kansan tahdon, sillä ne tavallaan simuloivat jatkuvaa kansanäänestystä, joskin tehokkaammin kuin mikään äänestysjärjestelmä (Wahlroos 2015, 167). Markkinat ovat siitä tehokas koneisto, että ne eivät visioi tai innovoi. Niiden päätökset perustuvat puhtaasti käytettävissä olevaan raakaan informaatioon, joten ne ovat ainakin periaatteessa arvoneutraalit – tai ainakin niihin pohjautuvat päätökset perustuvat dataan (Ibid. 168). Siksi yhteiskuntien tulisi järjestäytyä markkinoihin perustuen; avoimien rajojen ja vapaiden markkinoiden vallitessa ihmiset vapautuvat äänestämään sekä vaaleissa että jaloillaan ja valitsemaan oman tapansa elää, kuluttaa ja sijoittaa kuin myös lopulta oman hallitusmuotonsa (Wahlroos 2012, 372–373.)

Myös tässä tapauksessa Wahlroosin argumentaatio korostaa tehokkuutta, mutta myös hyötyä, sillä Wahlroosin retoriikan mukaisesti vain tyranni, eli sortaja haluaa estää kehityksen kohti hänen maalaamansa vapautta (Wahlroos 2012, 372). Tässä kohdin Wahlroosin retoriikkaa voidaan arvioida karismaattisen johtajan retoriikan analyysin kautta. Tan & Wee (2002) esittävät, että karismaattisen johtajan retoriikka rakentuu tyypillisesti viidestä ominaisuudesta:

1. Yhteisten uhkien nostaminen esiin.
2. Ideaalinen visio tulevaisuudesta.
3. Yhteisen historiakäsityksen rakentaminen.
4. Korkeiden odotusten asettaminen ja uskon viestittäminen, että kommunikation kohteilla on kyky vastata asetettuihin odotuksiin.
5. Seuraajien identiteetin ja arvojen yhdistäminen tulevaisuudenvision mukaisesti.

Näistä Wahlroosin puhe täyttää suurilta osin jokaisen kohdan. Hän maalaa yhteiseksi uhaksi kasvottoman ”tyrannian” ja ”yhä muukalaiskammoisemmat maahanmuuttoasenteet”. Tyranniasta – jota hän vertaa Stalinin veren tahrimaan kauhuun ja populistien arkiseen sortoon – meidän tulee vapautua ja vihamieliset maahanmuuttoasenteet meidän tulee oman etumme vuoksi torjua tai hylätä. Nämä ovat osa ideaalia tulevaisuutta, jossa

ihmiset voivat liikkua vapaasti ja valita oman tapansa elää. Käytännössä hänen molemmat teoksensa ovat yhteisen historiakäsityksen rakentamista, sillä ne molemmat selittävät nykyisyyttä ihmiskunnan yhteisen historian kautta vastaten kysymykseen ”miten olemme päätyneet tähän missä nyt olemme”. Tätä kautta hän rakentaa myös yhteistä tilannekuvaa yhteisestä ongelmasta ja sen ratkaisuksista. Hän asettaa samanmielisille korkeita odotuksia kutsumalla heitä ”vapauden esitaistelijoiksi”. Lopulta hän yhdistää seuraajien identiteetin ja arvot kehottaessaan kuulemaan näiden äänet – ei etuoikeutettujen vuoksi – vaan valtioiden, yhtiöiden ja yksilöiden välisen kilpailun turvaamiseksi, joka on vapauden ja edistyksen ylivertainen takaaaja kaikkialla. (Wahlroos 2012, 373.)

Wahlroos ikään kuin jatkaa seuraavassa teoksessaan tätä tavoitetta vasten. Hänen mukaansa globalisaation aiheuttamassa kilpailussa Suomen tulee uudistua ja luopua ”torakan kaltaisista ajatuksista”, kuten minimipalkka, transaktioverot, maataloustuet, yksinkertaistetut rahapoliittiset tavoitteet ja etuusperäiset eläkkeet, jotta saavutamme vauraan yhteiskunnan, jossa vallitsee täystyöllisyys. Mitä nopeammin tunnustamme tosiasiat ja poistamme vanhentuneen inhimillisen pääoman, sitä enemmän hyödynemme. (Wahlroos 2015, 320.)

Tässä kohdin Wahlroos demonisoi hänen ajatustensa vastaiset ilmiöt kutsumalla niitä ”torakan kaltaisiksi” ja ”vanhentuneeksi pääomaksi”. Samalla hän tuomitsee myös näiden ajatusten kannattajat, jotka teoksessa on useimmiten liitetty keynesiläisen talouspolitiikan, vasemmistopoliitikkojen ja ammattiyhdistysliikkeen edustajiksi. Hänen retoriikkansa korostaa jälleen tehokkuutta, jonka mittariksi kulminoituu täystyöllisyys ja vanhentuneen inhimillisen pääoman poistaminen. Tämän lisäksi Wahlroosin retoriikassa korostuu toimenpiteiden hyöty – mitä nopeammin tehokkuus saavutetaan, sitä enemmän hyödynemme. Merkille pantavaa on myös se, että hän kirjoittaa monikon ensimmäisessä, eli me-muodossa, joka on omiaan rakentamaan yhteistä loisteliasta tulevaisuudenkuvaa.

Myös Habermas (1962, 288) katsoo markkinoiden nousseen vähitellen vanhempien järjestäytyneen päätöksentekotapojen – demokratian ja hierarkian – rinnalle viimeisten vuosisatojen saatossa. Tämän kehityksen lopputuloksena merkittävä osa yhteiskunnallista valtaa on siirtynyt valtiolta yhteiskunnallisille ryhmille, minkä vuoksi valtio on 1900-luvun aikana joutunut sopeutumaan järjestäytyneiden etujen kenttään, joka rakentuu ulkoparlamentaariseen sopimukseen ja julkisuustyöhön (Ibid., 286–287).

Habermas (1962, 287; 393) näkee, että parlamentti on menettänyt merkitystään hallinnon kytköksenä kansalaisyhteiskuntaan – tai siviiliyhteiskuntaan, kuten Habermas termin muotoilee – samalla kun järjestöt ja puolueet ovat vahvistuneet, mikä on muuttanut julkisuustyön huolehtimaan valtion ja kansalaisyhteiskunnan yhdessä pysymisestä. Kehitys kohti kollektiivisesti järjestäytyneitä poliittisen muodon omaksuneita yksityisetäjiä on muuttanut yhteiskunnallista päätöksentekoa järkipäiseen keskusteluun perustuvasta konsensushakuisuudesta ja klassisesta sopimisesta (Ibid., 287–288). Päätöksentekoprosessi on muuttunut markkinalähtöiseksi ”kaupan hieromiseksi” samalla

kun markkinoiden asema aineellisten resurssien allokoijana on kaventunut (Ibid., 288). Näin ollen poliittisen päätöksenteon markkinaehtoistuminen onkin paradoksaalisesti omiaan vähentämään yhteiskunnan aineellisten resurssien allokoinnin markkinaehtoisuutta. Habermas ilmaisee tämän siirtymiseksi kansalaisyhteiskunnasta etujärjestöjen muodostamaan siviiliyhteiskuntaan. Huomioitakoon, että tässä yhteydessä kansalaisyhteiskunta käsitetään kuten siviiliyhteiskunta. Ilmiö on tapahtunut yhtäältä muodollisesti siirtämällä valtioelinten toimivaltaa yhteiskunnallisille organisaatioille ja toisaalta epämuodollisesti toimivallan tosiasiallisina, mutta säädöksistä riippumattomina tai jopa niiden vastaisina siirtyminä (Ibid., 288).

Tätä ilmiötä, jossa erilaiset järjestäytyneet eturyhmät ovat nousseet osaksi yhteiskunnallista päätöksentekoa ja resurssien kohdentamista koskevia ratkaisuja, Wahlroos (2017, 33) nimittää hiljaiseksi vallankumoukseksi, joka sai alkunsa päätöksentekojärjestelmän liiallisesta parlamentarisoinimisesta. Voidaan sanoa, että demokratian kentän laajentuminen avasi poliittisen päätöksenteon markkinat luoden kansalaisyhteiskunnan, mikä avasi järjestäytyneille voimille – eturyhmille – mahdollisuuden ohjata yhteiskuntaa omien tavoitteidensa mukaiseksi kaventaen markkinoiden funktiota resurssien allokoijana. Kansalaisyhteiskunnan järjestäytyneiden liikkeiden suurin voima on kyky manipuloida ”yleistä mielipidettä”, mikä johtuu siitä, että niiden on paitsi käytettävä yhteiskunnallista valtaa myös oikeutettava itsensä (Habermas 1962, 289). Ne pyrkivät hankkimaan yleisöltä vastakaikua hankkeilleen tai ainakin pitämään sen passiivisen suvaitsevaisena (Ibid., 290). Vastakaikua ne voivat hyödyntää poliittisessa painostuksessa, kun taas suvaitsevaisuus sopii neutraloimaan poliittista vastapainostusta (Ibid., 290).

Juuri tähän kehitykseen Wahlroos tarttuu yhteiskuntavastuun käsitteeseen kohdistamassa kritiikissään. Hän haastaa kansalaiskeskustelun lopputuloksena tehtävien ratkaisujen analyyttisen oikeellisuuden ja niiden edustavuuden, koska ne ovat alttiita manipulaatiolle:

Keskustelu on käsitteenä lämminhenkinen ja sympaattinen ja kaikkihan rakastavat keskustelua. Täytyy kuitenkin muistaa, että kriteeristö sille, kuka dominoi keskustelua ja millä välinein on varsin huonosti kehittynyttä. Olen varma, että Ranskan vallankumouksen aikana D'anton Robspierre ja kumppanit olivat sitä mieltä, että he edustivat kansalaismielipidettä sen kaikkein korkeimmassa muodossa heidän teloittaessaan tuhansia ihmisiä. Hekin varmasti mielsivät, että heidän toimintansa heijasteli kansalaiskeskustelun lopputulemaa. Sama pätee luultavasti sekä lokakuun vallankumoukseen että Hitlerin vuoden 1933 vallankaappaukseen. Kaikissa näissä kyseinen vallanottaja on varmaan mieltänyt edustavansa kansalaismielipidettä, joka ei ole oikealla tavalla kanavoitunut vaalien tai jonkun muun demokraattisen prosessin kautta. Jos haluaa argumentoida kansa-

laiskeskustelu-käsitteellä, niin termin käyttäjällä on suuri vastuu selittää millä lailla keskustelussa voittajaksi valikoituu mielipide, joka on joko analyttisesti oikein tai edustaa laajinta kannattajajoukkoa yhteiskunnassa. Lisäksi nämä keskustelut käydään yleensä kerhoissa, joille on ominaista, että keskustelijoilla on ainakin osittain samanlainen arvopohja, joka usein poikkeaa sen kerhon ulkopuolisesta arvopohjasta. Tällainen Habermas-tyyppinen julkinen tila ja siellä käytävä keskustelu on heikosti määritelty. Minun mielestäni oikeusvaltiossa täytyy olla täsmällisiä prosesseja, joiden pohjalta ratkaistaan oikean ja väärän välinen ero. (Haastattelu 13.1.2017).

Siksi yhteiskuntavastuu näyttäytyy hänelle epäilyttävänä konseptina, sillä se on kansalaisyhteiskunnan debatista noussut käsite, joka asettaa vaatimuksia markkinasubjektien, eli yritysten käyttäytymiselle politiikan kentän välityksellä. Tämä on ilmeisessä ristiriidassa Wahlroosin esittämän optimaalisen yhteiskunnallisen järjestäytymistavan kanssa, sillä se rajoittaa markkinoiden allokontikykyä liike-elämässä. Wahlroosin ymmärtämättömyys yhteiskuntavastuun käsitettä kohtaan käsitteellistyykin lopulta demokratian kentän laajentumiseen liittyvän positiivisen poliittisen vapauden lisääntymisen ja sen markkinoilla aiheuttaman negatiivisen vapauden vähenemisen väliseen dilemmaan.

Wahlroosin retoriikassa kysymys yritysten yhteiskuntavastuusta kulminoituu niiden negatiivisen vapauden rajoittamiseen kansalaisyhteiskunnan taholta. Tämä ei argumenttiasolla olisi ongelmallista, jos yritysten vapautta päädyttäisiin rajoittamaan habermasilaisen ideaalisen kommunikaatitilanteen tai edustavan päätöksenteon kautta. Koska ihmisten välinen kommunikaatio perustuu sosiaalsiin suhteisiin ja mielipiteiden muokkaamiseen kyseessä on kuitenkin foucault'laisen ontologian piiriin kuuluva päätöksentekotilanne. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yhteiskunnallisesta debatista nousseen käsitteen tausta on epämääräinen ja siksi kyse on Wahlroosin argumentin mukaisesti markkinoiden toimivallan piiriin kuuluvasta ilmiöstä. Ainoa neutraali ja täten myös oikeudenmukainen tapa olisi siis antaa markkinoiden ratkaista vastuullisuuteen liittyvät kysymykset yhteiskunnassa.

Wahlroos vie näkemyksen itse asiassa vielä pidemmälle niukkojen resurssien allokontijärjestelmässään, jonka hän on omaksunut Nobel-palkitulta taloustieteen professorilta Ronald Coaselta. Hänen teoreemansa mukaan transaktiokustannusten puuttuessa ja täydellisen informaation vallitessa resurssien kohdentumiseen ei vaikuta se, kuka omistusoikeutta hallitsee (Coase 1960).

Wahlroos valottaa teoreemaa esimerkin avulla, jossa tehdas laskee päästönsä omistamaansa jokeen, josta kalastajat hankkivat elinkeinonsa. Jos kalastajat tietävät saavansa suuremman saaliin saasteiden vähentyessä, näiden pitäisi olla halukkaita osallistumaan tehtaan jätevedenpuhdistuslaitteiston asentamiskustannuksiin. Tehtaan halukkuus hankkeeseen riippuu kalastajien maksaman summan suuruudesta, joka määräytyy näiden

saamien lisäsaaliiden arvon mukaan. Jos ne ovat riittävän suuret investointien kattamiseksi kalastajat ja tehdas solmivat sopimuksen jätevedenpuhdistamon asentamisesta. Muussa tapauksessa tehdas jatkaa joen saastuttamista. Kummassakin tapauksessa yhteiskunnallisesti tehokas ratkaisu toteutuu. Tilanne on sama siinäkin tapauksessa, että kalastajat omistavat joen. Tällöin tehdas maksaa kalastajille menetetyistä tuloista ja investoi jätevedenpuhdistamoon, mikäli se on kannattavampaa kuin maksaa hyvitysmaksuja. (Wahlroos 2015, 61–62.)

Tällä tavalla markkinamekanismi ei ole paitsi oikeudenmukaisin, vaan myös tehokain mekanismi allokoimaan niukkoja resursseja. Markkinoiden menestyksen edellytyksenä on kuitenkin Coasen teoreeman mukaisesti alusta, jonka kautta kysyntä ja tarjonta kohtaavat tehokkaasti, eli markkinapaikka. Tehokas vaihdanta vaatii siis selkeät omistussuhteet ja säännöt niiden muuttamiseksi. Wahlroos päätyykin johtopäätöksen, jonka mukaan yksityisomistus pystyy selkeytensä ansiosta takamaan vaihdannan tehokkuuden parhaalla tavalla (Wahlroos 2015, 67).

Wahlroosin mielestä luonnonvarojen riiston syy on enemmän yhteisöllinen omistus kuin kapitalismi. Mikä jopa vielä kammottavampaa, yhteisöllinen omistus on Wahlroosin retoriikassa syyllinen puhtaan juomaveden puutteeseen ja tätä kautta vuosittain jopa 1,6 miljoonan vauvan ripulin aiheuttamaan kuolemaan, koska yhteisomistuksessa olevia asioita kulutetaan liikaa ja allokoitaan tehottomasti. Wahlroosin mukaan yhteisöllinen omistus yhdistettynä kehitysapuun ovat luoneet vääristyneet kannustimet, jotka ovat pitkälti syynä Afrikan menetettyyn vuosisataan. (Wahlroos 2015, 67–69.)

Wahlroosin retoriikassa kiintiöt ja sääntely ylipäättään ovat huonoja ratkaisuja resursien tehokkaimpaan allokaatioon, sillä toisin kuin markkinat, ne eivät useimmiten pysty erottelemaan niukkojen hyödykkeiden tuottavimpia käyttäjiä. Wahlroos vastustaakin Kiinan yhden lapsen politiikkaa pitäen puhtaasti taloudellisesta näkökulmasta tehokkaampana huutokaupata väestölle asetetun ylärajan puitteissa oikeudet lasten hankkimiseen. Hän katsoo kuitenkin, että ainakin lyhyellä aikavälillä riskinä olisi se, että lapsista tulisi rikkaiden etuoikeus, mikä vastaavasti pitkällä aikavälillä tasaisi kuitenkin tulonjakoa. Lopulta Wahlroos katsoo, että ihmisarvon kunnioittaminen estää lastentekolupien kaupankäynnin. (Wahlroos 2015, 65 ja 69.)

Käyttökelpoisen sovelluksen vastaavasta mekanismista Wahlroos näkee EU:n harjoittamassa päästökauppajärjestelmässä. Siinä yritys ostaa hiilidioksidipäästöjään vastaavan määrän päästöoikeuksia. Päästöjen vähentyessä päästöoikeuksista tehdään entistä niukempia, mikä takaa sen, että yritykset joutuvat tehostamaan toimintaansa jatkuvasti, elleivät halua ostaa päästöoikeuksia markkinoilta. Rationaalisina toimijoina yritykset pystyvät laskemaan oman toimintansa kannalta optimaalisen tavan toimia päästömarkkinoilla. Puhtaampiin tuotantomenetelmiin investoimisen tuodessa suuremman hyödyn päästöoikeuksien ostamiseen nähden. Ei siis ole yllätys, että EU:n päästökauppajärjestelmä saa Wahlroosilta kehuja (Wahlroos 2015, 65).

Wahlroos tarttuu tekstissään kehitysmaiden ongelmiin, ympäristön saastumiseen, liikalastukseen sekä väestön liikakasvuun, joista ainoastaan viimeiseen hän ei näe markkinoilla olevan oikeutusta puuttua. Kaikki muut ongelmat olisi hänen mukaansa ratkaistavissa negatiiviseen vapauteen pohjautuvan markkinamekanismin avulla. Vapauden käsite määrittääkin Wahlroosin ajattelua niin argumentaation kuin retoriikankin tasolla perustavanlaatuisesti.

Wahlroos hyödyntää retoriikassaan Nobelisti Coasen asiantuntijaeetosta rakentaen kuitenkin samalla vähäosaisia syleilevän päätöksen vetoamalla ripuliin kuoleviin vauvoihin. Hän rakentaa myös tieteen tahtoon vastakkainasettelun oman argumentaationsa ja poliittisen vasemmiston välille kirjoittaessaan sen edustajien haluavan taloustieteelliseltä tutkimukselta vääriä asioita, kuten sosiaalisen oikeudenmukaisuuteen ja vastuullisuuden liittyvien kysymysten pohdintaa. Wahlroosin mukaan taloustieteilijöiden pitäisi näiden kysymysten sijaan keskittyä instituutioiden rakenteiden tutkimukseen. Näiltä osin hän pohjaa argumentaationsa omaan auktoriteettiinsa, jossa hän korostaa omaa osaamistaan taloustieteilijänä suhteessa poliitikkoihin, jotka näyttäytyvät vain ideologian edustajina. (Wahlroos 2015, 64–67.)

Teoksissaan Wahlroos arvioi toistuvasti poliitikkojen – ja erityisesti ”vasemmistolaisiksi” kutsumiensa poliitikkojen – ajattelun olevan virheellistä ja epäoikeudenmukaista. Näkemysero kulminoituu usein erilaiseen vapauskäsitykseen, joka voidaan tunnistaa yhdeksi yhteiskuntavastuuteorian peruspilariksi. Koska yhteiskuntavastuun taustalla on ajatus, että yrityksillä on taloudellisen vastuun lisäksi vastuu vaikutuspiirissään olevien ihmisten ja ympäristön hyvinvoinnista, se on nojautuu lähtökohtaisesti positiiviseen vapauteen (Harmaala & Jallinoja 2012, 14). Täten yhteiskuntavastuu on käsitteellisessä ristiriidassa Wahlroosin negatiiviseen vapauteen nojautuvan argumentaation kanssa. Siksi se ei mahdu Wahlroosin käsittekartastoon, mikä puolestaan selittää sen, miksi Wahlroos ei omien sanojensa mukaan ymmärrä sitä (Haastattelu 13.1.2017).

Havainto selittää myös jännitettä Wahlroosin argumentaation ja kommunikatiivisen toiminnan ideaalin välillä. Kansalaisyhteiskunnan järjestäytyminen työmarkkinoilla ei lisää oikeudenmukaisuutta yhteiskunnassa, vaan päinvastoin se tunkeutuu sellaisille elämän osa-alueille, joista yhteiskunnan jäsenten tulisi voida sopia keskenään ilman välikäsiä. Toisin sanoen työmarkkinoiden järjestäytyneet voimat ovat markkinahäiriköitä, jotka vaativat monopolivaltaa ihmisten vapauden piiriin kuuluvilla elämänaloilla.

Wahlroosin mukaan empiirinen evidenssi osoittaa yksiselitteisesti, että työmarkkinoiden joustojen – eli negatiivisen vapauden – lisääminen kohentaisi Suomen talouden kilpailukykyä. Suurimman esteen joustoille asettaa työehtosopimusten yleissitovuus, joka vie työntekijöiltä mahdollisuuden sopia omista työehdoistaan paikallisesti ja siirtää heiltä oikeuden päättää työpaikkojensa kohtalosta ay-liikkeen käsiin. (Koho 2017.)

Toisin kuin kilpailun virittämä teknologinen kehitys, tehottomat työmarkkinat luovat kroonisen pullonkaulan talouskasvulle, mistä todistavat sekä pitkäaikainen kitka- että

rakennetyöttömyys, joiden taustalla ovat työehtosopimuksissa määritellyt joustamattomat palkat. Tärkein este täystyöllisyyden saavuttamiselle on kuitenkin palkkaan sidottu työttömyyskorvaus, joka kaiken kukkuraksi vapauttaa työntekijän harmaan talouden käyttöön. Käytännössä syypää tähän ovat ammattiliitot, jotka ovat yhdessä lainsäätäjien kanssa sorvanneet vähiten tuottavan työvoiman työmarkkinoiden ulkopuolelle sulkevat vähimmäistuntipalkat. Työnantajan ei ole kannattavaa palkata työntekijää, jonka työpanoksen tuottavuus ei ylitä vähimmäistuntipalkan määrää. (Wahlroos 2012, 285–287.)

Työmarkkinoiden dilemma konkretisoi positiivisen ja negatiivisen vapauden ristiriidan Wahlroosin argumentaatiossa. Yhteiskunnallisen toiminnan peruspilari, eli järjestyksivapauden ideaali ei ole yhtä tavoiteltava kuin täystyöllisyyden mukanaan tuoma tehokkuuden ideaali. Havainto on linjassa Wahlroosin tehokkuutta korostavan retoriikan kanssa, joka toisaalta rakentaa myös hyvän yhteiskunnan yhteistä viholliskuvaa, johon kuuluu oleellisena osana ammattiyhdistysliike.

Habermasin teoriassa valta sijaitsee julkisessa keskustelussa, kun taas Wahlroosin argumentaatio nojaa parlamentarismen kritiikkiin ja toimeenpanovallan korostamiseen. Wahlroosin mukaan Suomessa ollaan viety lakiasäättävän ja toimeenpanevan vallan toisiinsa sotkeminen ennätystasolle (Koho 2017). Habermasin termeillä tätä voitaisiin kuvata kehityksellä, jossa valtio ja kansalaisyhteiskunta yhdistyy, heikentäen samalla valtiollisen päätöksenteon monopoliasemaa siirtäen sitä järjestöille (Habermas 1962, 287). Wahlroosin mukaan kehitys on edennyt jo niin pitkälle, että tietyt kansalaisyhteiskunnan valtioon kytkevät järjestöt ovat omineet veto-oikeuden poliittisessa päätöksenteossa, mikä on ajanut suomalaisen yhteiskunnan päätöksenteon lamaannukseen ja sitä myötä uudistumiskyvyttömyyteen (Koho 2017; Wahlroos 2017).

Wahlroosin argumentaatio vastaa oleellisilta osin Habermasin kuvailemaa porvarillista oikeusvaltiota. Sitä luonnehtii tiukka toimivaltajako ja oikeusmuotoisuus; sen organisatorisia edellytyksiä ovat ”rationaalinen” hallinto ja ”riippumaton” oikeuslaitos. Itse lain, josta toimeenpanovallan ja tuomioistuinten on pidettävä kiinni, on oltava yhtä sitova kaikille. Tältä osin valtion lait vastaavat markkinalakeja: edelliset eivät salli poikkeuksia kansalaisille eivätkä jälkimmäiset yksityishenkilöille. Toisin sanoen ne ovat objektiivisia; ne eivät ole yksilöiden manipuloitavissa (tavaranomistajat eivät pysty vaikuttamaan hintaan yksittäisinä henkilöinä) eivätkä ne kohdistu keihinkään nimenomaisiin henkilöihin (markkinat estävät salaiset erityissopimukset). (Habermas 1962, 128–129.)

4.3.3 Verotus ja tuloterot osana yhteiskunnan hyvinvointia

Wahlroosin argumentaatiossa markkinat muistuttavat eräänlaista kansanäänestystä; tosin ne käsittelevät jättimäisiä tietomääriä paljon tehokkaammin kuin mikään äänestys

(Wahlroos 2015, 167). Negatiivisen vapauden ideaalissa tämä tietomäärien käsittely realisoituu ultrajoustavina työmarkkinoina, joiden alueena on käytännössä koko maapallo. Työmarkkinajoustot perustuvat vapaaseen liikkuvuuteen, mutta myös Lafferin käyräksi nimitettyyn aksioomaan, jonka mukaan ansiotuloverotuksen kiristytessä ihmiset vähentävät työntekoa ja/tai siirtyvät töihin alemman ansiotuloverotuksen maihin (Ibid., 77).

Verotuksen ulkoisvaikutukseksi Wahlroosin argumentaatiossa luetaan myös syntymättä jäävät työpaikat, joita tosiasiallisesti paikataan monesti harmaalla taloudella (Wahlroos 2015, 78). Yhteiskunnallisesti tämä heikentää erityisesti matalan tuottavuuden työntekijöiden ja naisten asemaa (Ibid. 78–80). Naisten asema nousee Wahlroosin retoriikassa tässä yhteydessä tasa-arvoa puolustavan eetoksen kautta, jossa hän vetoaa yhtäältä naisten oikeuteen hankkia kotiapulainen oman uransa edistämisen helpottamiseksi ja toisaalta maahanmuuttajien oikeuteen päästä työmarkkinoille. Oleellisena esteenä Wahlroosin argumentin mukaan tasa-arvon toteutumiseksi on liialliseen progressioon pohjautuvan tuloverotuksen luomat jäykät työmarkkinat. Se luo harmaata taloutta, jossa ”moni lääkäri ja juristi maalaa itse oman kesämökkinsä tai maksaa maalarille pimeästi” (Wahlroos 2015, 79).

Wahlroosin argumentaation mukaan korkea verotus passivoi kyvykkäitä ihmisiä, koska kynnys riskialttiiseen yritystoimintaan kasvaa ja yrityspotentiaali jää ennemmin hyödyntämättä kun sen tarjoamat voitot suhteessa taloudellisiin riskeihin jäävät liian pieniksi (Wahlroos 2015, 79). Tämä ei pelkästään estä kannattavien liikeideoiden syntymistä, vaan uhkaa myös Suomen innovointikykyä ja tällä tavalla myös kansakunnan viennin ja hyvinvoinnin tulevaisuutta.

Wahlroos ei tarkemmin määrittele ”oikeaa” veroastetta, mutta tekee argumentaatiolleen selväksi, että tällä hetkellä se on Suomessa liian korkea. Vastaavasti tuloerot hän näkee liian kapeiksi, sillä ne ovat omiaan lisäämään työpaikkojen määrää ja vähentämään harmaan talouden käyttöä. Tulorojen kasvu ja verotuksen progression loiventaminen nähdään olevan avainasemassa työpaikkojen määrän lisääntymisessä (Wahlroos 2015, 79).

Lopulta verotus vaikuttaa myös työurien pituuteen, koska se supistaa työuran pidentämisen nettohyötyä. Tällä tavalla Wahlroos ottaa kantaa Suomessa käytävään kilpailukykykeskusteluun, jossa eläkeikä ja sen nosto on ollut tiiviin keskustelun aiheena. Eläkejärjestelmän taustalla Wahlroos näkee kaksi vaihtoehtoista järjestelmää; maksuperusteisen ja etuusperusteisen. Ensinnä mainitussa eläke määräytyy eläkerahastoon maksettujen maksujen perusteella, jolloin maksuista voidaan tehdä verovähennyskelpoisia ja tällä tavalla lisätä kannustimia lykätä eläkkeelle siirtymistä. Jälkimmäisessä järjestelmässä eläke on lakisääteinen, eikä vapaaehtoisia eläkemaksuja voi vähentää verotuksessa. Tämä kannustaa jäämään aiemmin eläkkeelle, mikä vähentää työurien pituuksia ja niiden aikana maksettua verokertymää. Eläkevarat, niistä maksettavat eläkkeet ja eläk-

keistä perittävät verot myös supistuvat siis samanaikaisesti, mikä aiheuttaa paineita korottaa eläkeikää – jota ammattiliitot tiukasti vastustavat. (Wahlroos 2015, 80).

Tuloerojen merkityksestä argumentoidessaan Wahlroos ottaa kantaa myös Afrikan kehitykseen. Siinä missä käytännössä kaikkialla muualla kehittyvässä maailmassa elintaso kohosi viime vuosikymmenien aikana harppauksin, Saharan eteläpuolinen Afrikka jäi entisestään jälkeen. (Wahlroos 2015, 105). Syyksi tähän Wahlroos näkee valtiojohtoisen ja valtavaan kehitysapuun perustuvan elinkeinopolitiikan (Ibid., 116). Wahlroos ei säästele arvostellessaan kehitysapua ja toteaakin Suomen heittäneen 50 vuotta rahaa Kankkulan kaivon (Suomen Kuvalehti 11/2010). Sodat, korruptio ja ainakin osittain tehottomasta kehitysavusta johtuneet poliittisten ja taloudellisten uudistusten puute ovat aiheuttaneet sen, että Afrikka ei ole päässyt samassa mittakaavassa osalliseksi markkinatalouden menestyksestä kuin esimerkiksi markkinoitaan avannut Kiina, Brasilia, Intia, Etelä-Korea, Intia tai entiset sosialistiset maat (Wahlroos 2015, 105). Täten Wahlroosin argumentaation luonnollinen johtopäätös on, että tuloeroja ei ole mielekäästä tasoittaa edes globaalissa mittakaavassa tulonsiirroilla, vaan markkinoita vapauttamalla.

Wahlroos ottaa tulonjakopuheessaan kantaa myös korkeakoulujärjestelmään, jota ollaan parhaillaan Suomessakin uudistamassa. Hänen mukaansa pitkällä aikavälillä investoinnit inhimilliseen pääomaan ja uuteen tekniikkaan ovat tärkein yksittäinen talouskasvun tekijä. Määrätietoinen investoiminen yliopistoihin, tutkimuslaitoksiin sekä tuotekehitykseen parantaa tuottavuutta ja työllisyyttä. Nämä ovat myös edellytys kestäväälle kasvulle, luonnonsuojelulle sekä tulonjaossa heikoimmassa asemassa olevien olojen parantamiseksi. Wahlroosin mukaan menetämme kaiken tämän, mikäli tulonjakotarkoituksessa jaamme yhteiskuntaan kertyneet varallisuuserät niiden investoimisen sijaan. Täten tuloerot ovat välttämätön edellytys paitsi kestäväälle kehitykselle, myös korkeakoulujärjestelmälle. (Wahlroos 2015, 109–110.)

Wahlroos jatkaa tuloerojen argumentointia korkeakoulukontekstissa kumoamalla väitteen siitä, että lukukausimaksut ja yliopistojen rahoittajia suosivat opiskelijavalinnat tekevät pienituloisten vanhempien lapsien pääsyn huipputason yliopistoon mahdolliseksi. Tämä johtuu hänen mukaansa siitä, että huippuyliopistot pysyvät akateemisten vertailutilastojen huipulla vain kilpailemalla parhaasta opiskelija-aineksesta, minkä vuoksi lahjakkaille opiskelijoille on paikkansa niissä erilaisilla rahoitusratkaisilla myös tulevaisuudessa. Näin ollen korkeakouluopetuksen maksuttomuuden puolesta usein toistettu argumentti sosiaalisen kierron takaajana ei olisi validi. Tässä yhteydessä hän puhuu korkeakoulurahoituksesta yhdysvaltalaisissa yliopistoissa, eikä ota kantaa suomalaisen järjestelmään, mutta toisaalla hän on nähnyt lukukausimaksujen palauttamisen suomalaiseen järjestelmään väistämättömänä (esim. Ilta-Sanomat 18.4.2012). (Wahlroos 2015, 122.)

Korkeakoulujen lukukausimaksuihin tiivistyy Wahlroosin argumentaation perusta tuloerojen merkityksestä. Talous vaatii kasvaakseen vapaata investoitavaa pääomaa, jota

ei muodostu ilman tuloeroja, eli toisin sanoen tuloerot ovat talouskasvun välttämätön, muttei riittävä edellytys. Tuloerojen lisäksi talouskasvu edellyttää tasavertaisuutta lain edessä ja markkinoilla sekä tasa-arvoa yksilöinä sukupuolesta, rodusta, kansallisuudesta tai uskonnosta riippumatta. Näiden toteutuminen vaatii puolestaan inklusiivisten instituutioiden tuomaa perustuslaillisuutta, demokratiaa, kilpailua, itsenäistä ja ammattitaitoista oikeuslaitosta, tehokkaita rahoitusmarkkinoita, kaikille avoimia markkinoita ja kohtuullista verotusta. Tasavertaiset mahdollisuudet ja talouskasvu rakentuvat siis oikeusvaltion, kilpailtujen markkinoiden ja globalisaation yhdistelmän päälle. (Wahlroos 2015, 134.)

Korkeakoulustipendit ovat osa Wahlroosin argumentoimaa markkinoihin perustuvaa ”älykästä verotusjärjestelmää”, jonka tehokkuushyödyt nostavat myös vähäosaisimpien elintasoja. Tällaisessa järjestelmässä useimpia tavaroita ja palveluita – niin tavallisia kulutustavaroita kuin opetuksen, terveydenhoidon tai hyvinvoinnin palveluja – tuottavat yksityiset tuottajat, ja niitä ostavat markkinoiden välityksellä kuluttajat tai julkiset palveluhankkijat. Tavaroiden ja palvelujen hankintaan vähäosaisimmille tarjotut varat olisivat osaksi tulonsiirtoja, mahdollisesti ”negatiivista” tuloveroa. Jos julkinen valta ”paternalistisista” suojelusyistä haluaa rajoittaa tulonsiirtoja saavan kuluttajan vaihtoehtoja, maksuna voidaan käyttää myös arvokupongeja (”palveluseleitä”). (Wahlroos 2012, 330.)

Argumentin perusajatus on tulonjakomekanismien markkinaehtoistaminen lähestulkoon samalla periaatteella kuin tällä hetkellä käynnissä olevan sosiaali- ja terveydenhuollon rakenteen ja palvelujen uudistuksen valinnanvapausmallissa. Ei siis ole yllätys, että valinnanvapausmalli on herättänyt paljon debattia, minkä lisäksi se on törmännyt perustuslakivaliokunnassa yhdenvertaisuuteen, saatavuuteen ja kustannuksiin liittyviin haasteisiin (Perustuslakivaliokunta 2017). Samanaikaisesti Wahlroos on nostanut perustuslakivaliokunnan ja vuoden 2000 perustuslakiuudistuksen kokonaisuudessaan kriittisen keskustelun kohteeksi.

Wahlroosin mukaan nykyinen perustuslaki on vaikuttanut maan stagnaatioon, kun se on siirtänyt valtaa toimeenpanevilta elimiltä eduskunnalle ja valtiosääntöasiantuntijoille (Wahlroos 2017, 122–123). Hän argumentoi, että perustuslakivaliokunta pitäisi muuttaa perustuslakituomioistuimen kaltaiseksi elimeksi, jonka toiminta olisi nykyistä muodollisempaa ottaen kantaa vain periaatteellisiin kysymyksiin ja joka olisi vähemmän riippuvainen ulkopuolisten asiantuntijoiden käytöstä (Ibid., 118–119). Tämä on selkeä kannanotto Habermasilaisen porvarillisen oikeusvaltion puolesta, jossa lainsäätäjältä edellytetään ennakoitavuutta, oikeuslaitokselta yhdenvertaisuutta ja yhteiskunnalta markkinaehtoisuutta. Lainsäätäjän ennakoitavuus voidaan useimmiten saavuttaa vaatimalla määräänemmistöön perustuvia päätössääntöjä, kuten Wahlroos määrätietoisesti tekee vaatiessaan palattavan vanhan perustuslain mukaiseen säätämisyjärjestykseen verolakien kohdalla (Wahlroos 2012, 331 & Wahlroos 2017, 121). Toisaalta Wahlroos vaatii tiu-

kasti oikeuslaitokselta yksilöiden yhdenvertaista kohtelua ja yhteiskunnan markkinaehtoisuutta (Wahlroos 2015, 134 & Wahlroos 2012, 328–333).

Tämä on oiva esimerkki siitä, miten Wahlroos poimii laajoista kansalaisyhteiskunnan keskusteluista aiheen ja pureutuu siihen taloustieteilijän eetoksella yhdistämällä retoriikkaansa taloushistorian ja yhteiskunnan tuntemustaan. Hän käsittelee laajoja ja ensi näkemältä toisistaan täysin erillisiltä vaikuttavia asiakokonaisuuksia yhdistäen ne lopulta osaksi suurempaa argumentaatiokenttää. Retoriikassaan hän nostaa esiin naisten, maahanmuuttajien ja matalapalkka-alojen työntekijöiden aseman liittämällä aiheen tasavokeskusteluun käyttäen näitä ryhmiä puolustavaa argumentaatiota. Lisäksi hän asemoi itsensä oman viiteryhmänsä ulkopuolelle retoriikkansa kautta todetessaan, että englantilaisen yliopiston mukavassa työhuoneessa istuvalle professorille ei ehkä ole täysin selvää, että talouskasvun puute voi maksaa ihmisille jopa heidän henkensä (Wahlroos 2015, 132). Tällä hän kritisoi brittiläisten Robert ja Edward Skidelskyn (2012) kehotusta alistaa talouskasvu hyvän elämän sivutuotteeksi, mikä on Wahlroosin ajattelurakenteelle vierasta siksi, että talouskasvu kasvattaa ihmiskunnan kokonaistuloja, mikä mahdollistaa nopeampien autojen ja komeampien korujen lisäksi myös perustoimeentulon, mutta myös sellaisen luksuksen kuin vapaa-ajan (Wahlroos 2015, 133).

Vielä tärkeämpi havainto tässä yhteydessä on se, että siinä missä Skidelskyt rinnastavat talouskasvun ”oravanpyörään”, Wahlroos näkee sen mahdollisuutena ”saada elämässään jotain aikaan”. Wahlroos rinnastaa argumentaatioissaan taloudellisen kasvun teknologiseen kehitykseen, minkä vuoksi kasvun alistaminen elämisen sivutuotteeksi merkitsee monista asioista luopumista. Tällaisia ovat esimerkiksi mahdollinen parannuskeino syöpään, puhtaammat energialähteet, uudet kasvilajikkeet, jotka tekevät proteiinista nykyistä edullisempaa, tai tehokkaammat televiestintäjärjestelmät ja -laitteet, jotka tuovat tiedon ja koulutuksen yhä useampien ulottuville. (Wahlroos 2015, 132–133.)

Tässä yhteydessä Wahlroos tulee avanneeksi niitä asioita, joita hän pitää tavoittelemisen arvoisina asioina elämässä – ainakin yleisellä tasolla. Hän mainitsee terveyden, turvallisuuden, koulutuksen ja vapaa-ajan, jotka löytyvät esimerkiksi Unicefin Lapsen oikeuksien sopimuksesta (Wahlroos 2015, 133; Unicef 2017). Tämä on omiaan luomaan yleisön päätöksessä vastaanottavaisuutta argumentille, sillä kukapa ei tällaisia asioita haluaisi itselleen ja läheisilleen. Tällä tavalla talouskasvu myydään argumentaation tasolla yleisölle – ilman sitä ei saa näitä ja siksi talouskasvu on välttämätöntä.

Teoreettisessa mielessä Wahlroosin diskursiivinen menetelmä noudattaa Habermasin myöhempiä teorioita, jossa kommunikatiivisen rationaalisen ideaalia oli lavennettu tunnistamaan myös strateginen kommunikaatiomenetelmä (Habermas 1996). Nyt kommunikatiivinen toiminta pohjautui subjektien välisen kommunikaation tuottamaan tilannekuvaan, joista jokainen muodostaa oman toivotun lopputuloksen henkilökohtaisten preferenssien pohjalta ja jota kautta toiminta luodaan vallitsevaksi myös ympäristöön

(Ibid., 27). Paradoksaalisesti puhuessaan kirjojensa kautta Wahlroos toimii itse asiassa juuri sillä siviiliyhteiskunnan kentällä, jota hän teksteissään kritisoi. Tämä on kuitenkin Wahlroosin keino tuoda näkyväksi oma näkökulmansa käynnissä olevista yhteiskunnallisista prosesseista ja tuoda ne osaksi kommunikatiivista kokonaistilannekuvaa.

Tämä tutkimus ei ota kantaa siihen, tekeekö Wahlroos tämän tietoisesti. On täysin mahdollista, että kirjoittaminen on hänelle harrastuksen kaltainen itsensä toteuttamisen väline ja osa ”joie de vivreä”, kuten hän itse toteaa:

[...] Useimmat ihmiset, jotka kirjoittavat, tekevät sitä koska he pitävät kirjoittamisesta ja jos on jotain sanottavaakin, niin sitten miksipä ei. Omalta osaltani on myönnettävä, että tavallaan tässäkin on taloudellinen laki, alenevan rajahyödyn laki. Kun olet kirjoittanut kaksi kirjaa niin sen kolmannen kirjoittaminen ei tunnu ihan niin tähdelliseltä. Jos on ylimenovaihe elämässä, jolloin ei enää tarvitse istua konttorilla kun ei enää ole toimitusjohtaja, niin voi yhtä hyvin istua läppäriinsä äärellä auringossa Ranskassa kirjoittamassa tai jotain vastaavaa. Ei se sen monimutkaisempaa ole. (Haastattelu 13.1.2017)

Tässä tutkimuksessa ei siis yritetä väittää, että Wahlroosilla olisi jokin agenda, jota hän tietoisesti pyrkisi ajamaan julkisessa keskustelussa. Käsiteltäessä julkisia puheita on kuitenkin syytä reflektoida millaisen prosessin kautta ne saavat merkityksen yhteiskunnassa.

5 ANALYYSIN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Analyysin tulokset

Tässä tutkimuksessa on analysoitu Wahlroosin argumentaatiota diskurssianalyysin ja retoriikka-analyysin keinoin. Jotta on mahdollista lähestyä hänen retorisia strategioitaan syvällisesti, on ensin syytä koota yhteen hänen argumentaationsa punainen lanka. Wahlroosin yhteiskuntavastuuargumentaatio nojaa filosofiseen konstruktion, jossa hyvän inhimillisen toiminnan perusta on negatiivinen vapaus, johon yhteiskunnan tulisi nojautua aina lainsäädäntöjärjestyksestä alkaen. Negatiivisen vapauden tulisi tätä kautta heijastua muihin yhteiskunnan syvärakenteisiin ja inhimillistä toimintaa määrittäviin käytänteisiin. Yhteiskunnallisen järjestäytymisen tulisi perustua yksilön vapauteen ja vahvaan omistusoikeuteen, jotka ovat alisteisia markkinamekanismeille.

Wahlroosin argumentaatiossa on tunnistettavia piirteitä oikeusfilosofiasta, talousteoriasta sekä taloushistoriasta, mutta sitä ei ole mahdollista liittää sellaisenaan mihinkään tiettyyn yhteiskuntavastuun lokeroon. Wahlroosin argumentaatio on ”sui generis” – omanlaisensa kokonaisuus – joka on yhteensopimaton nykyisen yhteiskuntavastuuteorian valtavirran kanssa. Siksi Wahlroos ei argumentaatiossaan ymmärrä yhteiskuntavastuuta, vaikka se sisältyykin hänen ajattelunsa rakenteisiin aivan oleellisella tavalla. Tämä jää Wahlroosilta ikään kuin huomaamatta hänen argumenttinsa keskittyessä positivistis-klassisen taloustieteilijän ideaalin näkökulmaan. Tämän ontologian heikkous on kuitenkin se, että sen pohjalta muodostettu argumentaatio on arvoneutraalia, eli psykologiseen käyttäytymiseen perustuvista ulkoisvaikutuksista vapaata. Ongelma muodostuu siitä, että ihmisten rationaalinen käyttäytyminen markkinamekanismien varassa on kyseenalaista (esim. Thaler 2015).

Wahlroos tunnistaa kyseisen heikkouden ajattelussaan ja tunnustaa tämän behavioristiseksi kutsumansa taloustieteen haaran osoittautuvan mahdollisesti hedelmälliseksi ja voivan tarjota uusia näkökulmia rahoitusmarkkinoiden kriisien syihin. Hän kuitenkin kiistää, että koulukunnalla voisi olla suurta merkitystä normaalisti toimiville rahoitusmarkkinoille, koska markkinat ovat irrelevantteja ihmisten käyttäytymisen syihin. Markkinat toimivat tehokkaasti niin kauan kuin edes osa ihmisistä haluaa rikastua. (Wahlroos 2015, 171.)

Tämä tutkimus ei ota syvällisemmin kantaa taloustieteen koulukuntien näkemysroihin, mutta niiden olemassaolon tunnistaminen tuo näkyväksi yhteiskuntavastuun piiriin liittyvien ilmiöiden läsnäolon myös taloustieteellisessä keskustelussa. Wahlroos sivuuttaa luultavasti perustellusti behavioristisen taloustieteen merkityksen normaalisti toimiville rahoitusmarkkinoille, mutta samaa hän tuskin voisi tehdä muissa yhteiskuntafilosofiaa sivuavissa väitteissä. Hän ei esimerkiksi ota kantaa behavioristisen taloustieteen

näkemyksiin Markkinat ja demokratia -teoksessa, joka käsittelee mitä suurimmissa määrin kyseisen aihepiirin teemoja. Miten markkinat voivat toimia inhimillisen toiminnan järjestäytymisen perustana paremmin kuin demokratia, jos ne toimivat vain rationaalisesti informaation pohjalta ihmistoiminnan pohjautuen samaan aikaan irrationaaliin vietteihin? Yhteiskuntavastuun teemoista on haastavaa päästä eroon, vaikka niitä ei ontologisesti tunnistettaisi.

Wahlroosin nostamat yhteiskuntavastuun teemat ja niiden takana oleva argumentaatio palautuu lopulta toistuvasti positiivisen vapauden dilemmaan. Markkinat edustavat Wahlroosin argumentaatiossa tehokkainta tapaa allokoida yhteiskunnassa käytössä olevat resurssit. Koska markkinat muodostuvat yksilöiden preferenssien kautta, heidän tulisi voida toimia mahdollisimman vapaasti kaikista rajoitteista ja enemmistön asettamista vaatimuksista. Käsitykset yritysten vastuullisesta toiminnasta, eli yhteiskuntavastuusta, muodostuvat sidosryhmien vaatimuksista, jotka ovat omiaan sitomaan yritysten negatiivista vapautta ja niiden toiminnan tehokkuutta.

Tämä muodostaa yhteiskuntavastuukeskustelun näkökulmasta oleellisen kysymyksen siitä mitä yhteiskuntavastuu oikeastaan on. Wahlroosin argumentaatiossa moraali⁶ ei kuulu yritysten toimintaympäristön ilmiömaailmaan. Moraali on ulkoistettu Wahlroosin argumentaatiossa markkinoille, mikä tarkoittaa sitä, että Wahlroosin argumentaatio – kuten hän itse toteaa – ei ymmärrä yhteiskuntavastuun käsitettä (Haastattelu 13.1.2017). Näin ollen oikeudenmukaisuus tarkoittaa Wahlroosin argumentaatiossa tilaa, jossa yhteiskunnalliset instituutiot ovat järjestetty siten, että yhteiskunnan jäsenet pystyvät toimimaan mahdollisimman vapaasti. Negatiiviseen vapauteen perustuva yhteiskunta on tehokas ja sen moraalin määreenä vaihdannan väline, kuten euro tai dollari.

Wahlroosin strategisena valintana on siis korostaa argumentoinnissaan tehokkuuteen ja hyötyyn perustuvia väittämiä. Taustalla on ajatus siitä, että rajojen ja markkinoiden avautuessa ihmisten on entistä helpompi siirtyä paikasta toiseen ja valita hallintomuotonsa. Suurimmaksi ongelmaksi Wahlroosin argumentaatio nostaa negatiivisen vapauden rajoittamisen, joka estää yksilöä toteuttamasta omaa intressiään. Negatiivisen vapauden ideaali määrittää lähes kauttaaltaan hänen argumentaationsa taustavireen.

Amoraalinen näkemys yritysten yhteiskuntavastuusta luo lopulta konfliktin Wahlroosin argumentaation ja yhteiskuntavastuuteorian välille. Yhteiskuntavastuuteorian vallitsevan näkemyksen mukaan yhteiskuntavastuu yrityksen ja sen aineellisen ja aineettoman ympäristön välille muodostuu yrityksen sidosryhmien kautta (esim. International Institute for Sustainable Development 2013). Käytännössä yrityksen yhteiskuntavastuun kantaminen voidaan katsoa toteutuvan sidosryhmien määrällisellä ja laadullisella huomioimisella, eli kuinka laajasti yritys käsittää sidosryhmänsä ja toisaalta kuinka laajalti

⁶ Moraali, eli käsitys siitä mikä on oikein ja mikä väärin (Herne 2012, 14).

ne huomioidaan sen toiminnassa. Wahlroos rajaa argumentaatioissaan yrityksen yhteiskuntavastuun lainsäädäntöön, eli yrityksen ja valtion hiljaiseen sopimukseen, jossa yritys suostuu noudattamaan valtion lakeja ja valtio puolestaan takaa sen toiminnalle lain suojan. Koska yhteiskuntavastuu rakentuu sidosryhmien vaatimuksille, se sisältää myös moraalisen aspektin, joka puolestaan on käsitteellisesti kytköksissä oikeudenmukaisuuskäsityksiin. Lainmukaisuus tarkoittaa säädetyn lain noudattamista, mutta lait eivät välttämättä ole oikeudenmukaisia (Herne 2012, 14). Wahlroosin argumentaatioissa yrityksen yhteiskuntavastuu kuitenkin rajoittuu vain niihin sidosryhmiin, joilla on juridinen kytkös yritykseen. Tämä tarkoittaa sitä, että Wahlroosin argumentaatioissa sidosryhmäsuhteet käsitetään juridiikan, ei yhteiskuntavastuun kautta.

Näin ollen Wahlroosin argumentaatioissa yritysten yhteiskuntavastuu jää tasolle, jossa yritys vastaa juridisten sidosryhmiensä, kuten asiakkaiden ja tavarantoimittajien odotuksiin. Muun yhteiskunnan vaatimukset jäävät tämän vastuullisuuskäsityksen ulkopuolelle, vaikka juuri ajatus yhteiskunnan muodostaa yhteiskuntavastuuteorian ytimen (esim. Wood 1991, 693–694; Burke 1999, 4; Harmaala & Jallinoja 2012, 16). Pelkääntään lain noudattaminen ei ole sinällään yhteiskuntavastuuta, sillä vastuullisen liiketoiminnan katsotaan sisältävän käytännön toimia ihmisten ja ympäristön hyväksi, vaikka ne eivät aina olisikaan yrityksen suoria juridisia sidosryhmiä (esim. Joutsenvirta et al. 2011, 14–15 ja Harmaala & Jallinoja 2012, 16.)

Koivuportaan (2005) yhteiskuntavastuun neliportaisella asteikolla (Kuvio 1.) Wahlroosin argumentaatio yltää siis alimmalle tasolle, eli porterilaisiin liiketoimintasuhteisiin (Porter 2008). Tämä johtuu edellä havaitusta Wahlroosin argumentaation amoraalisesta perusluonteesta, jossa ainoa rationaalinen – ja siten myös ainoa oikea – päätöksentekomekanismi muodostuu vapaista markkinoista. Mitä enemmän yhteiskunnallista valtaa siirtyy lainsäätäjältä kansalaisyhteiskunnalle, olkoon tämä muodollista tai epämuodollista, sitä enemmän yhteiskunnan rakenteiden markkinaehtoisuus kapenee ja negatiivinen vapaus vähenee (esim. Habermas 1962). Täten muodollinen, eli juridisiin suhteisiin perustuva vastuullisuus korostuu Wahlroosin argumentaatioissa yhteiskuntavastuusta.

Wahlroos näkee yhteiskuntavastuun siis melko ongelmattomaksi ilmiöksi juridisessa ympäristössä, mutta käsitteellisellä tasolla hän ei katso ymmärtävänsä sitä. Tämä johtuu siitä, että käsite on debattiin perustuva ja siten epävakaa ja ennustamaton, toisin kuin juridinen määritelmä. Tutkimuksen tarkastelun valossa näyttäisi kuitenkin siltä, että hän ymmärtää logiikan, jolla kansalaisyhteiskunta luo normistoa ja toivottavia käyttäytymiskoodeja, mutta se ei mahdu hänen yritysjohtajan teoreettiseen viitekehykseen tehokkaasta johtamisesta. Tähän huomioon perustuu tutkimuksen yksi tärkeimmistä havainnoista; Wahlroosin argumentaatio rakentuu erilaiseen ontologiaan riippuen puhetilanteesta. Yritysjohtajan roolissa päätöksien taustalla on tärkeää mahdollisimman suuri ennakoitavuus, jolloin tarkat juridiset määreet korostuvat. Kuitenkin yksityishenkilönä ja yhteiskunnallisena keskustelijana Wahlroosin toiminta nojaa habermasilaisen kom-

munikaation logiikkaan ja erityisesti sen myöhempään versioon, joka omaksuu strategisen kommunikaation muodon osaksi itseään.

Analyysi antaa lopulta vastauksia tutkimuskysymyksiin:

1. Mikä on Wahlroosin käsitys yhteiskuntavastuusta?
2. Mitä retoriikan keinoja Wahlroos käyttää argumentoidessaan yhteiskuntavastuusta?
3. Miksi Wahlroos on päättänyt käyttämänsä retoriikkaan?

Positiivisen ja negatiivisen vapauden välinen jännite on Wahlroosin argumentaatiossa alati läsnä. Liiallinen negatiivisen vapauden rajoittaminen on talouskasvun – ja sitä myötä myös yhteiskunnallisen ja inhimillisen kehityksen – jarru. Tämä johtuu siitä, että Wahlroosin argumentaatiossa talouskasvu on edistyksen välttämätön edellytys ja se toteutuu täydellisimmin vapailla markkinoilla, jotka generoivat käytettävissä olevan informaation pohjalta yhteiskunnan kokonaisuuden kannalta optimaaliset lopputulemat. Koska uusi informaatio tuottaa uutta teknologiaa, se luo myös optimoi yhteiskunnan toimintaa, kunhan sen allokontiperuste on alisteinen vapaille markkinoille. Lyhyesti voidaan todeta, että Wahlroosin argumentaatiossa voidaan tunnistaa taustalla kolme tekijää, jotka määrittävät myös hänen käyttämänsä retoriikan:

1. Kommunikaatiotilanne ja hänen positionsa siinä.
2. Tehokkuutta korostava positivistinen ontologia, joka kulminoituu markkinoihin ja niiden kykyyn käsitellä informaatiota ja tuottaa rationaalisia johtopäätöksiä myös yhteiskunnan kontekstissa.
3. Utilitaristinen hyöty- ja oikeudenmukaisuuskäsitys, joka nostaa tehokkuuden suurimmaksi hyötyarvoksi.

Wahlroosin käsitys yhteiskuntavastuusta voidaan tiivistää yritysjohtajan roolissa lakien noudattamiseksi ja yhteiskunnallisena keskustelijana taas tehokkuudeksi ja hyödyksi, jonka mittarina toimii erityisesti talouskasvu, sillä siitä riippuu kaikki muu inhimillinen edistys. Retorisina keinoina Wahlroos hyödyntää erityisesti akateemista osaaamistaan, tutkimukseen pohjautuvaa argumentaatiota ja vastakkainasettelun rakentamista positiivisen vapauskäsityksen omaavien tahojen kanssa.

Wahlroosin retoriikassa korostuu lisäksi karismaattisille johtajille tyypilliset puhekeinot (Tan & Wee 2002):

1. Yhteisten uhkien nostaminen esiin.
2. Ideaalinen visio tulevaisuudesta.
3. Yhteisen historiakäsityksen rakentaminen.

4. Korkeiden odotusten asettaminen ja uskon viestittäminen, että kommunikaation kohteilla on kyky vastata asetettuihin odotuksiin.
5. Seuraajien identiteetin ja arvojen yhdistäminen tulevaisuudenvision mukaisesti.

Analyysin valossa olisi mahdollista esittää Wahlroosin valitsemalle retoriikalle syyksien, että hänellä on intentio vaikuttaa yhteiskunnallisen päätöksentekoprosessin taustalla olevaan keskusteluun. Tämä saattaa olla kuitenkin liian pitkälle viety väite, jonka voidaan katsoa perustuvan valittuun tutkimusmenetelmään. Silkan analyysin tasolla tätä havaintoa on kuitenkin vaikea kiistää, eikä Wahlroos itsekään tätä sulje täysin pois todessaan, että olisi hienoa, jos kansanedustajat lukisivat hänen teoksensa. Toisin sanoen, hänen valitsemansa retoriikan taustalla voi katsoa olevan vaikuttamisviestinnän piirteitä.

5.2 Tutkimustuloksia ja -menetelmiä koskevat johtopäätökset

Tämä tutkimus käsittelee yhteiskuntavastuuseen liittyviä kysymyksiä poikkitieteellisellä otteella yhdistellen yhteiskuntatieteellisiä ja kauppatieteellisiä lähestymistapoja, kuten Kallio ja Nurmi (2005, 10) peräänkuuluttavat. Parhaimmillaan tämä tutkimus saattaa rohkaista tutkijoita entistä ennakkoluulottomampiin lähestymistapoihin ja tällä tavalla edistää yritysten yhteiskuntavastuun tutkimusta, mutta sillä voi olla myös muita ansioita.

Tutkimus lähestyi tutkimuskohdetta määrällisesti, ajallisesti sekä teorian näkökulmasta selkeästi rajattua aineistoa käyttäen menetelmänään kauppatieteissä suhteellisen harvoin hyödynnettyä retoriikka-analyysia. Koska tutkittava ilmiö voitiin rajata tarkasti, suuri painoarvo tutkimuksen luotettavuuden arvioinnille jää menetelmän ja tutkijan objektiivisuuden tarkastelun varaan.

Tutkimusmenetelmä on kuvailtu menetelmäosiossa verraten tarkasti ja sitä on analyysivaiheessa myös hyödynnetty kuvatulla tavalla. Laadullinen tutkimus vaatii rinnalleen useimmiten myös riittävän vankan ja vakuuttavan teoriapohjan, jotta tutkimus perustelee itsensä vakuuttavasti. Siksi tässä tutkimuksessa menetelmälukuun yhdistettiin myös teoreettista viitekehystä linjaava osio. Se, onko teoria oikein valittu, selittävä ja uskottava tässä kontekstissa jää lopulta lukijan arvioitavaksi, mutta selvää on, että tutkimus on kuvatulla menetelmällä ja valitulla teorialla toistettavissa.

Toistettavuuteen liittyy toki haasteita, kuten usein laadullisessa tutkimuksessa (esim. Alasuutari 1999, 231). On varmasti mahdollista esittää tutkijan tulkinnoista poikkeavia näkemyksiä saman menetelmän ja teorian pohjalta, mutta toisaalta, tutkijan tekemiä havaintoja on yhtä lailla haastavaa kokonaisuudessaan kiistää tai sellaisenaan kyseenalaistaa. Tutkijan objektiivisuus on laadullisessa tutkimuksessa kriittinen tekijä, mutta

sen varmistaminen on käytännössä kriittisen tiedeyhteisön varassa. Mainittakoon kuitenkin, että tutkija ei ole saanut rahoitusta, taikka muuta materiaalista hyötyä sen enempää Björn Wahlroosilta kuin milteään muultakaan taholta.

Toistettavuuden ongelmia on minimoitu huolellisesti valitun teorian ja pieteetillä noudatetun menetelmän lisäksi hyvällä tutkimusetiikalla. Haastattelu on taltioitu ja litte-roitu, ja se on saatavilla pyynnöstä muiden tutkijoiden käyttöön. Haastatteluosio on tarkastettu myös haastateltavalla sovitusti ja hänellä on ollut mahdollisuus oikaista väärinkäsityksiä tai virheitä, joita on saattanut sattua litteroinnissa tai jossain muussa yhteydessä, kun aineisto on tuotu osaksi tutkimusta.

Yhtä kaikki, tuloksiin liittyvät kyseenalaistukset polveutuvat mitä suurimmalla todennäköisyydellä tutkimusmenetelmästä, joka ei luonteensa puolesta anna täysin selkeitä yksittäisiä mitattavia tai yleistettäviä tuloksia. Alasuutarin (1999, 251) mukaan laadullisen tutkimuksen yhteydessä ei olisi syytä käyttää lomaketutkimukseen varattua sanaa yleistäminen, vaan oleellisempaa onkin eritellä sitä, miten aineiston pohjalta on teorian avulla tuotettu tutkimustuloksia. Tässä tutkimuksessa kyse on – kuten retoriikassa itsessäänkin – kussakin tilanteessa vakuuttavan hahmottamisesta ja uskottavimman selityksen löytämisestä. Viime kädessä tulosten uskottavuuden tulkinta jää lukijalle, mutta huolellisesti työstetyn teoriapohjan vuoksi tutkimuksen tieteellisyyttä on lopulta vaikeahkoa kyseenalaistaa (Eskola & Suoranta 2005, 212).

Tutkimuksen tarkoitus oli käsitellä Wahlroosin näkemyksiä yhteiskuntavastuusta ja hyvästä yhteiskunnasta hänen argumentaationsa ja siinä käyttämänsä retoriikan kautta. Tavoitteena oli vastata kysymykseen siitä, miten Wahlroos perustelee retoristen ratkaisujensa avulla väitteitään yhteiskuntavastuusta. Taustalla oli motiivi selvittää suomalaisen yritysjohtajan yhteiskunnallisia intressejä ja niiden argumentointia julkisessa keskustelussa. Tuloksien valossa tutkimus tuo ilmiöön lisäselvyyttä, mutta luo samalla pohjaa jatkotutkimuksille, mikä voidaan nähdä laadullisen tutkimuksen päätarkoituksena paikallisen selittämisen ohella (Alasuutari 1999, 264).

5.3 Jatkotutkimuskysymykset

Niin syvällisen panoksen kuin tutkija onkin tälle työlle antanut, myönnettäköön, että tämä tutkimus on lopulta vain pintaraapaisu suomalaisten yritysjohtajien puheen tutkimukseen. Aikaisemmin täysin samanlaista analyysia ei ole ainakaan Suomessa tehty ja tältä pohjalta näköalat jatkotutkimuksille ovat urauurtavia.

Koska kyseessä on tutkimushaaran avaus, yksittäinen tutkimus ei pysty vastaamaan esimerkiksi siihen, miten tutkimuskohteen retoriikka suhteutuu muihin vertaisiinsa. Toisin sanoen, miten Wahlroosin retoriikka ja argumentaatio eroavat muiden suomalaisten

yritysjohtajien puheesta. Yksi äärimmäisen mielenkiintoinen verrokki olisi vastikään edesmenneen Niklas Herlinin puheen vertaaminen Wahlroosin puheeseen.

Tämän tutkimuksen tuloksia vertailevan tutkimuksen lisäksi toinen mahdollinen jatkotutkimusaihe on Wahlroosin puheiden uutisointi eri medioissa. Tämän tiimoilta tutkimusintressejä ovat ainakin sellaiset seikat kuin mitä aiheita on nostettu esiin ja millä tavalla niitä on käsitelty eri medioissa. Lisäksi nykyisen ”klikkijournalismin” aikakaudella olisi kiintoisaa tutkia sitä, millaisella retoriikalla todennäköisimmin ylitetään valtakunnan medioiden uutiskynnys. Myös tässä yhteydessä vertaileva tutkimus tulisi kyseeseen.

Kolmanneksi, olisi erittäin mielenkiintoista testata Habermasin kommunikatiivisen rationaalien teoriaa käytännössä ja tutkia, miten Wahlroosin retoriikka on vaikuttanut yhteiskunnalliseen keskusteluun ja päätöksentekoon. Saattaa kuitenkin olla, että käytävissä olevat tutkimusmenetelmät eivät ole kyllin kehittyneitä tämän testaamiseksi. Yksi mahdollinen jatkotutkimusaihe olisi siis myös menetelmällinen tutkimus, joka keskittyisi tutkimusmetodien testaamiseen ja kehittämiseen erityisesti yhteiskuntavastuun tutkimuksessa.

LÄHTEET

- Aalto-yliopisto (2017): Johtamisen laitos, oppiaineet.
 <http://management.aalto.fi/fi/disciplines/organizational_communication/research/>, haettu 29.3.2017.
- Alasuutari, Pertti (1999): *Laadullinen tutkimus* (3. painos). Vastapaino, Tampere.
- Aristoteles (1997): *Retoriikka ja runousoppi*. Aristoteles Teokset Osa IX. Gaudeamus, Tampere.
- Bachrach, Peter & Baratz, Morton S. (1962): Two Faces of Power. *The American Political Science Review*, Vol. 56 (4), 947–952.
- Bourdieu, Pierre (1986): The Forms of Capital. Teoksessa: *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*, toim. Richardson, John, 241–258. Greenwood Press, New York.
- Bourdieu, Pierre & Passeron, Jean-Claude (1990): *Reproduction in Education, Society and Culture*. Sage, London.
- Burke, Edmund (1999): *Corporate Community Relations: The Principle of the Neighbor of Choice*. Praeger Publishers, Westport.
- Carroll, Archie, B. (1991) The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons* July-August, 39–48.
- Von Clausewitz, Carl (1998): Sodankäynnistä. (Alkuteos Vom Kriege 1832, käännös Heikki Eskelinen). Art House, Helsinki.
- Coase, Roland (1960): The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*, Vol. 3 (4), 1–44.
- Crane, Andrew (2000): Corporate Greening as Amoralization. *Organization Studies*, Vol. 21 (4), 673–696.
- Crane, Andrew – Matten, Dirk – Spence, Laura .J. (2013): *Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context* (2. painos). Routledge, London.

- Dahl, Robert A. (1957): The Concept of Power. *Behavioral Science*, Vol. 2 (2), 201–215.
- Digeser, Peter (1992): The Fourth Face of Power. *The Journal of Politics*, Vol. 54 (4), 977–1007.
- Dowling, John & Pfeffer, Jeffrey (1975): Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, Vol. 18, 122–136.
- Dunbar, Norah E. & Segrin, Chris (2012): Clothing and Teacher Credibility: An Application of Expectancy Violations Theory. *ISRN Education*, Vol. 2012, 1–12.
- Easton, David (1957): An Approach to the Analysis of Political Systems. *World Politics*, Vol. 9 (3), 383–400.
- Edelman, Daniel J. (2007): Corporate Responsibility & Sustainability Communications: Who's Listening? Who's Leading? What Matters Most?
<https://issuu.com/edelman_pr/docs/edelmancorpresponsibility>, haettu 30.4.2017.
- Eduskunta (2017): Lainsäädäntö.
<https://www.eduskunta.fi/FI/tietoeduskunnasta/kirjasto/aineistot/kotimainen_oikeus/kotimaiset-oikeuslahteet/Sivut/Lainsaadanto.aspx>, haettu 28.8.2017.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2005): *Johdatus laadulliseen tutkimukseen* (7. painos). Vastapaino, Tampere.
- Euroopan unioni (2013): Euroopan Parlamentin ja Neuvoston direktiivi 2013/34/EU tietentyyppisten yritysten vuositilinpäätöksistä, konsernitilinpäätöksistä ja niihin liittyvistä vuosikertomuksista.
- Finlex (1999): Suomen perustuslaki.
<<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731>>, haettu 28.8.2017.
- Finlex 624 (2006): Osakeyhtiölaki (21.7.2006)
<<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>>, haettu 7.2.2017.

- Forbes (2016): The World's Most Valuable brands. <http://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank_header:position_sortreverse:true>, haettu 8.2.2017.
- Foucault, Michel (2005): *Tarkkailla ja rangaista*. (Alkuteos Surveiller et punir: Naissance de la prison 1975, käänös Eevi Nivanka). Otava, Helsinki.
- Foucault, Michel (2010): *Turvallisuus, alue, väestö*. (Alkuteos Sécurité, Territoire, Population: Cours au Collège de France 1977–1978, käänätäjä Antti Paakkari ja Tutkijaliitto). Tutkijaliitto, Helsinki.
- Freeman, Edward R. (1983): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press, New York.
- Goffman, Erving (1959): *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books, New York.
- Haapanen, Pirkko (1996): Roomalaisten korkein taito – Johdanto antiikin retoriikkaan. Teoksessa: *Pelkkää retoriikkaa – tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, toim. Kari Palonen & Hilikka Summa, 23–50. Vastapaino, Tampere.
- Habermas, Jürgen (2004): *Julkisuuden rakennemuutos: Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta*. (Alkuteos Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft 1962, käänös Veikko Pietilä). Vastapaino, Tampere.
- Habermas, Jürgen (1984): *Theory of Communicative Action, Volume I: Reason and the Rationalization of Society*. (Alkuteos Theorie des Kommunikativen Handelns, Band I: Handlungsrationalität und gesellschaftliche 1981, käänös Thomas McCarthy). Beacon Press, Boston, MA.
- Habermas, Jürgen (1996): *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. (Alkuteos Faktizität und Geltung 1992, käänös William Rehg). MIT Press, Boston, MA.
- Harmaala, Minna-Maari & Jallinoja, Niina (2012): *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*. Sanoma Pro, Helsinki.
- Hart, Stuart L. (1995): A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 996–1014.

Heinonen, Visa & Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (1998): Talouspolitiikan retoriikka. Teoksessa: *Argumentti ja kritiikki – lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen keinot*, toim. Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila, 273–302. Gaudeamus, Helsinki.

Helsingin Sanomat (10.10.2016): Björn Wahlroos Nobel-voittaja Holmströmistä: ”Erittäin analyyttinen ja lämmin ihminen”. <<http://www.hs.fi/talous/art-2000002924847.html>>, haettu 5.7.2017.

Helsingin Sanomat (29.7.2017): Björn Wahlroos on Suomen talouden suurin sankari, arvioivat HS:n lukijat. <<http://www.hs.fi/paivanlehti/29072017/art-2000005307388.html>>, haettu 31.7.2017.

Herne, Kaisa (2012): Mitä oikeudenmukaisuus on? Gaudeamus, Helsinki.

HE 309/1993: Hallituksen esitys Eduskunnalle perustuslakien perusoikeussäännösten muuttamisesta. <<http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/1993/19930309>>, haettu 28.8.2017.

Honka-Hallila, Helena (2006): Eduskunta sosiaalisena työyhteisönä. Teoksessa: *Miten Eduskunta toimii*, toim. Mikael Hidén & Helena Honka-Hallila, 181–353. Edita Prima Oy, Helsinki.

Hulkko, Kustaa (2010): Björn Wahlroos: Kehitysapu syytä lopettaa. Suomen Kuvalehti 11/2010. <<https://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/bjorn-wahlroos-kehitysapu-syyta-lopettaa/>>, haettu 25.10.2017.

Huttunen, Rauno (2014): Jürgen Habermas. Logos-ensyklopedia. <<http://filosofia.fi/node/5305>>, haettu 15.10.2017.

ISO (2010): ISO 10668:2010: Brand valuation – Requirements for monetary brand valuation. <<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:10668:ed-1:v1:en>>, haettu 8.2.2017.

Ilta-Sanomat (22.8.2007): Nalle matki pinkit housut Kaarle Kustaalta. <<http://www.is.fi/viihde/art-2000000206984.html>>, haettu 12.9.2017.

Ilta-Sanomat (18.4.2012): Wahlroos suorassa lähetyksessä: Lukukausimaksut välttämättömiä. <<https://www.is.fi/kotimaa/art-2000000496388.html>>, haettu 24.10.2017.

International Institute for Sustainable Development (2013): Corporate Social Responsibility. <<https://www.iisd.org/business/issues/sr.aspx>>, haettu 27.12.2017.

Jaatinen, Miia (1999): *Lobbying Political Issues – A Contingency Model of Effective Communication Strategies*. Infoviestintä, Helsinki.

Jaatinen, Miia (2000): Lobbaus osana organisaation yhteiskunta-aktiivisuutta. Teoksessa: *Kolmet kasvot: Näkökulmia organisaatioviestintään*, toim. Aula, Pekka & Hakala, Salli, 167–186. Loki-Kirjat, Helsinki.

Joutsenvirta, Maria – Halme, Minna – Jalas, Mikko – Mäkinen, Jukka (2011): Johdanto. Teoksessa: *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa*, toim. Maria Joutsenvirta – Minna Halme – Mikko Jalas – Jukka Mäkinen, 9–30. Gaudeamus, Helsinki.

Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (1998): Retoriikka. Teoksessa: *Argumentti ja kritiikki – lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen keinot*, toim. Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila, 233–272. Gaudeamus, Helsinki.

Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa & Heinlahti, Kaisa (2006): *Mitä on tutkimus? Argumentaatio ja tieteenfilosofia*. Gaudeamus, Helsinki.

Kallio, Tomi J. & Nurmi Piia (2005): Vastuullinen liiketoiminnan tutkimus. Teoksessa: *Vastuullinen liiketoiminta: Peruskysymyksiä ja esimerkkejä*, toim. Tomi J. Kallio, & Piia Nurmi. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja.

Kauppalehti Optio (21.1.2016): Sata vaikutusvaltaisinta henkilöä Suomessa juuri nyt, 27–45.

Kauppalehti Optio (17.8.2017): Tässä ovat Suomen parhaat johtajat. <<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tassa-ovat-suomen-parhaat-johtajat/yQgZCQxR>> haettu 21.8.2017.

Khedher, Manel (2015): A Brand for Everyone: Guidelines for Personal Brand Managing. *Journal of Global Business Issues*, Vol. 9 (1), 19–27.

Kang, Charles – Germann, Frank – Grewal, Rajdeep (2016): Washing Away Your Sins? Corporate Social Responsibility, Corporate Social Irresponsibility, and Firm Performance. *Journal of Marketing*, Vol. 80, 59–79.

- Kennedy, George A. (1980): *Classical Rhetoric and Its Christian and Secular Tradition from Ancient to Modern Times*. The University of North Carolina Press, Chapel Hill – London.
- Koho, Saara (2017): Perustuslaki uusiksi. *Talouselämä* 19/2017, 22–29.
- Koivuporras, Titta-Liisa (2005): Pankkisektorin yhteiskuntavastuu. Teoksessa: *Vastuullinen liiketoiminta: Peruskysymyksiä ja esimerkkejä*, toim. Tomi J. Kallio & Piia Nurmi, 53–71. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja.
- Kumar Kar, Amit & Kumar Kar Ajit (2017): How to Walk Your Talk: Effective Use of Body Language for Business Professionals. *The IUP Journal of Soft Skills*, Vol. 11 (1), 2017, 16–28.
- Kuvaja, Sari & Malmelin, Karoliina (2008): *Vastuullinen yritysviestintä: Kilpailuetua vuoropuhelusta*. Edita Publishing, Helsinki.
- Labrecque, Lauren – vor dem Esche, Jonas – Mathwick, Charla – Novak, Thomas – Hofacker, Charles (2013): Consumer Power: Evolution in the Digital Age. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 27, 257–269.
- Laitinen, Risto (2009): Professoriliitto 40v: yhden asian liikkeestä professorien ja tieteen edunvalvojaksi. Acatiimi-julkaisu 9/2009.
<http://www.acatiimi.fi/9_2009/09_09_01.php> haettu 4.9.2017.
- Maignan, Isabelle; Ferrell, O.C. & Ferrell, Linda (2005): A Stakeholder Model for Implementing Social Responsibility in Marketing. *European Journal of Marketing*, Vol. 39 (9), 956–977.
- Matten, Dirk & Moon Jeremy (2008): ‘Implicit’ and ‘explicit’ CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33 (2), 404–424.
- Maurer, John G. (1971): *Readings in organizational theory: Open system approaches*. Random House, New York.

- Nieminen, Hannu (2000): Julkisyhteisön viestintä: Kohti kansalaisnäkökulmaa. Teoksessa: *Kolmet kasvot: Näkökulmia organisaatioviestintään*, toim. Pekka Aula & Salli Hakala, 109–130. Loki-Kirjat, Helsinki.
- Nietzsche, Friedrich (2014): Näin puhui Zarathustra: kirja kaikille eikä kenellekään. (Alkuteos Also sprach Zarathustra – Ein Buch für Alle und Keinen 1883–1885, käännös Jari Tammi) Pikku-idis, Helsinki.
- Paloheimo, Heikki & Wiberg, Matti (1996): *Politiikan perusteet* (3. painos). WSOY, Helsinki.
- Palonen, Kari & Summa, Hilka (toim.) (1996): *Pelkkää retoriikkaa – Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*. Vastapaino, Tampere.
- Perelman, Chaïm (1996): *Retoriikan valtakunta*. (Alkuteos L’empire rhétorique 1977, käännös Leevi Lehto). Vastapaino, Tampere.
- Perrini, Francesco (2006): SMEs and CSR Theory: Evidence and Implications from an Italian Perspective, *Journal of Business Ethics*, Vol. 67, 305–316.
- Perustuslakivaliokunta (2017): Valiokunnan lausunto PeVL 26/2017 vp. <https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/Lausunto/Sivut/PeVL_26+2017.aspx> haettu 25.10.2017.
- Pietiläinen, Tuomo ja tutkiva työryhmä (2013): *Wahlroos – Epävirallinen elämäkerta*. Into kustannus Oy, Helsinki.
- Piker, Andrew (2002): Ethical Immunity in Business: A Rspnse to Two Arguments. *Journal of Business Ethics*, Vol. 36 (4), 337–346.
- Popper, Karl (2000): Avoin yhteiskunta ja sen viholliset. (Alkuteos The Open Society and its Enemies 1974, käännös Paavo Löppönen). Kustannusosakeyhtiö Otava, Helsinki.
- Porter, Michael E. & Kramer, Mark R. (2006): Strategy & society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, Vol. 84 (12), 78–92.

- Porter, Michael E. & Kramer, Mark R. (2011): The Big Idea: Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, Vol. 89 (1–2), 62–77.
- Puolustusministeriö (2013): Kyselytutkimus: Kansalaisten mielipiteitä Suomen puolustuksesta. <http://www.defmin.fi/files/2464/PLM_kyselytutkimus_liite.pdf>, haettu 4.12.2016.
- Rautio, Yrjö (2017): Raha jalostaa Björn Wahlroosin typeryydetkin viisauksiksi. Julkaistu Helsingin Sanomissa 27.10.2017. <<https://www.hs.fi/politiikka/art-2000005425040.html>>, haettu 27.10.2017.
- Rein, Irving – Kotler, Philip – Hamlin, Michael – Stoller, Martin (2005): *High Visibility: Transforming Your Personal and Professional Brand*. McGraw-Hill, New York.
- Roos, Jeja-Pekka (2014): Taistelusta yhteistoimintaan: Pierre Bourdieu hyvinvointivaltion puolustajana. <<http://www.mv.helsinki.fi/home/jproos/>>, haettu 30.4.2017.
- Samra, Rise J. (1993): The Image of the Physician: A Rhetorical Perspective. *Public Relations Review*, 19 (4), 341–348.
- Saeidi, Sayedeh P. – Sofian, Saudah – Saeidi, Parvaneh – Saeidi, Sayyede P. – Saeidi, Seyyed A. (2015): How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, Vol. 68, 341–350.
- Skidelsky, Robert & Skidelsky, Edward (2012): *How Much is Enough?* Allen Lane, London.
- Stevenson, William B. & Steckler, Erica L. (2015): Rhetorical Strategies for Claims of Corporate Sustainability. *The Journal of Corporate Citizenship* Issue, Vol. 59, 148–167.
- STT (10.8.2017): Holmströmille ja Wahlroosille kauppakamarin ansiomerkit. <<https://www.sttinfo.fi/tiedote/holmstromille-ja-wahlroosille-kauppakamarin-ansiomerkit?publisherId=25106402&releaseId=62599231>>, haettu 21.8.2017.
- Suchman, Mark C. (1995): Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, Vol. 20 (3), 571–610.

- Summa, Hilikka (1996): Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan: Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa: *Pelkkää retoriikkaa*, toim. Kari Palonen, & Hilikka Summa, 51–84 Vastapaino, Tampere.
- Tan, Hwee H. & Wee, Gladys (2002): The Role of Rhetoric Content in Charismatic Leadership: A Content Analysis of A Singaporean Leader's Speeches. *International Journal of Organization Theory and Behavior*, Vol. 5 (3–4), 317–342.
- Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto (2001): Yrityksen yhteiskuntavastuu. Työvälineitä itsearviointiin ja oman toiminnan kehittämiseen. Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto, Helsinki.
- TE-toimisto (2017): Ammattinetti.fi-sivuston kuvaus professorin ammatista. <http://www.ammattinetti.fi/amatit/detail/66_ammatti>, haettu 31.1.2017.
- Thaler, Richard (2015): *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. W.W. Norton & Company, New York.
- Times Higher Education (2017): World University Rankings 2016–2017. <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2017/world-ranking#!/page/0/length/-1/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats>, haettu 22.8.2017.
- Uimonen, Risto (1992): *Julkisuuspelejä: Imagonrakennus politiikassa*. WSOY, Porvoo – Helsinki.
- Unicef (2017): Lapsen oikeuksien sopimus. <<https://www.unicef.fi/lapsen-oikeudet/sopimus-lyhennettyna/>>, haettu 29.10.2017.
- Valtioneuvosto (2016): Hallituksen linjaus kilpailukykyksopimusta tukevista toimista. <http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/10616/hallituksen-linjaus-kilpailukykyksopimusta-tukevista-toimista>, haettu 29.10.2017.
- Wahlroos, Björn (2012): *Markkinat ja demokratia – Loppu enemmistön tyrannialle*. Otava, Helsinki.
- Wahlroos, Björn (2015): *Talouden kymmenen tuhoisinta ajatusta*. Otava, Helsinki.

Wahlroos, Björn (2017): *Hiljainen vallankumous*. EVA pamfletti. Next Print Oy, Helsinki. <http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2017/10/EVA_pamfletti_2017_1-1.pdf>, haettu 24.10.2017.

Welch, Kathleen E. (1990): *The Contemporary Reception of Classical Rhetoric: Appropriations of Ancient Discourse*. Lawrence Erlbaum Associates, Hove – London.

Wood, Donna J. (1991): Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, Vol. 16 (4), 691–718.

Yle (2007): Elävä arkisto: Nuoriso tietää. Kuvakaappaus videosta. <<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2007/08/21/nuoriso-tietaa>>, haettu 12.9.2017.

Tutkijan keräämä aineisto:

Haastattelu (13.1.2017): Björn Wahlroosin ja tutkijan kahdenkeskinen haastattelu osoitteessa Fabianinkatu 27, 00100 Helsinki. Tallenne tutkijan hallussa ja saatavilla pyydettyäessä.